Revista del
CON$UMIDOR
Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 364 • Junio 2007 • www.profeco.gob.mx • $ 20.00 • ISSN 0185-8874

Cremas... ¡sin leche!

- 58 ideas para unas **vacaciones felices**
- **Impermeabilización** ¡aguas con las goteras!
- La calvicie: **el coco de los hombres**

Agendas electrónicas PDAs

Platillo Sabio Profeco
Tacos de nopal con camarón

Tecnología Doméstica Profeco
Loción tónica para el rostro

Profeco

Sumario

Junio 2007, Núm. 364

MISCELÁNEA DEL CONSUMO
6

10
Alerta
al consumidor

PROFECO EN ACCIÓN
18
Tus derechos
en los antros

BUZÓN DEL LECTOR
4

CONSUMO INTELIGENTE
12

EL LABORATORIO PROFECO REPORTA
42
PDAs

INFOGRAFÍA
52

EL LABORATORIO PROFECO REPORTA
54
Cremas comestibles

PLATILLO SABIO PROFECO
64
Pollo al orégano

INFOGRAFÍA
62

ANTES DE CONTRATAR

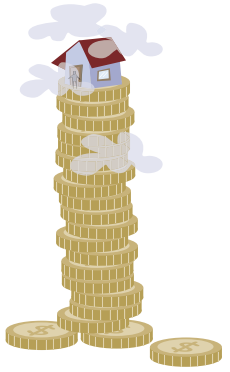
24
Impermeabilizadores

ESPECIAL DE DESCANSO

30
Tips para viajar

ENTREGA ESPECIAL

36
¿Los calvos son atractivos?



A SU SALUD

66
Anticonceptivos

PEQUEÑOS CONSUMIDORES

74
¡Ejercita tus neuronas!

TECNOLOGÍA DOMÉSTICA PROFECO

64
Loción tónica para el rostro

YO, CONSUMIDOR

78

Directorio

Procurador Federal del Consumidor
Antonio Morales de la Peña

Coordinador General de Educación y Divulgación
Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Difusión
Mónica Braun Guillén

Revista del CONSUMIDOR

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Directora de Contenidos
Jacqueline Ruiz Gómez

Coordinadora Editorial
Alejandra Sánchez Plascencia

Jefe de Información
José Armando Aguilar Pérez

Reporteros
Walter Jasso Anderson
Adriana Hernández Uresti

Colaboradores
José Trinidad Camacho (Trino)

Editor Gráfico
Javier Caballero Sandoval

Jefe de Diseño
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño
Mónica Miranda Villalba
Alfonso J. Solís Loza
Roberto Paz Amaya
Daniel Wilson Oropeza

Fotógrafo
José Rodríguez

Corrección
Alma Rosa Guerrero Gutiérrez

Consejo Editorial
Antonio Morales de la Peña
Luis Mariano Acévez Estrada
Raúl García Moreno Elizondo
Esperanza Gómez Mont Urueta
Gabriela Hernández Cardoso
José Antonio Hernández Miranda
Gladis López Blanco
Ángel Pasta Muñuzuri
Jaime Salazar Silva

Consumo inteligente

Como todas las especies vivientes que habitan el planeta, necesitamos consumir agua y nutrientes para sobrevivir. Pero lo que nos distingue de los demás seres vivos es la inteligencia racional.

Ésta nos ha permitido transformar la naturaleza para hacernos la vida más cómoda; gracias a ella hemos logrado avances sociales, tecnológicos y científicos sorprendentes, que nos permiten el acceso a un sinfín de alimentos, productos y servicios. Pero ¿aplicamos la inteligencia para consumir todas esas opciones?

El consumo inteligente tiene más que ver con nuestra conciencia que con nuestra capacidad intelectual; éste se forma con las decisiones que tomamos al elegir o no un producto, un servicio, una idea o un valor. Entonces, ¿cómo tomar decisiones de consumo inteligentes?

En este número encontrará un artículo sobre el consumo consciente, la primera entrega de varias en las que le diremos cuáles son los siete pasos que hay que seguir para que nuestros actos de consumo sean inteligentes y nos beneficien a nosotros mismos, a la sociedad y al planeta en el que vivimos.

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, D. F.
Teléfono 5568-8722. Fax 5553-0574. rconsumidor@profeco.gob.mx
Publicidad institucional: 5211-7419

CRÓNICAS DE UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
SEÑOR, SEÑORA, SEÑORITA... EN ESTE MES DE JUNIO...
¡FESTEJE A PAPÁ COMO SE MERECE!
DT
REGÁLELE CONFIANZA, PÉLE UN REGALO DE PELOS, SÍ ESCUCHÓ BIEN: DEVUÉLVALE AL LEÓN SU MELENA
¡ÚNICOS TRATAMIENTOS PARA LA CAÍDA O EL REGRESO DEL CABELLO PERDIDO... TRAIGA SU CALVA A LA TIENDA DE DON TRÁCALA...
¡AY, QUIQUE! ¡QUÉ BUENO QUE TE ANIMASTE! ¿VIENES POR LO DEL ANUNCIO, VERDAD?
¿CUÁL ANUNCIO?
¡YO VENGO A QUE ME FÍE, DON TRÁCALA!
¿NUNCA LEE MIS LETREROS?
HOY NO FÍO, MAÑANA SÍ ATTE. LA DIRECCIÓN
NO SE HAGA QUIQUE: DEBAJO DE ESE SOMBRERO DE GÁNGSTER...
...SE OCULTA UNA CALVICIE MONUMENTAL
NO DON TRÁCALA ¿QUÉ LE HACE PENSAR ESO?
MIRE QUIQUE, ES UNA NORMA... EN LA ACTUALIDAD USAN SOMBRERO LOS QUE NO SE BAÑAN Y LOS PELONES
LUEGO EXISTEN PELONES MÁS RIDÍCULOS... ESOS QUE SE PIDEN PRESTADO PELO... LUEGO PARECEN QUESITO OAXAQUEÑO
ALGUNOS, PARA COMPENSAR SU PELONA SE DEJAN UNA BARBA MUY LARGA
¡QUÉ CHIDO TAPETITO!
¡ÉPALE!
¡MI CHAMPÚ CON CHILE DEL INDIO PÁPAGO CONTIENE EMOLIENTES DE CRECIMIENTO CAPILAR GA-RAN-TI-ZA-DO!
¿SERIO?
¡ME LO LLEVO, DON TRÁCALA! PERO NO PARA MI CABEZA... ¡YO SIEMPRE QUISE TENER PELO EN PECHO!
¡AH! ¡LOVERBOY!
¡ORA, PLAN B"... SI NO LE SALEN, LE VENDO ESTE ROLLO DE PAPEL DE BAÑO CORRIENTE...
¡CHALE!
GA-RAN-TI-ZA-DO!
TRINO

Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C.P. 06140, México D.F., o por internet a rconsumidor@profeco.gob.mx Esperamos sus cartas.*

Los trapitos al sol

Compro la revista habitualmente y me gustan los estudios de calidad que realizan.
En verdad me sorprendieron los resultados sobre los detergentes para ropa que publicaron en abril. Definitivamente, los consumidores debemos analizar la publicidad para no caer en la trampa de comprar productos dizque "de calidad", que no cumplen sus promesas.

Nicolás Cruz Aguilar

Nos complace enormemente que el estudio de calidad sobre detergentes le haya sido útil. En la medida en la que más consumidores como usted se informen y tomen conciencia de su poder en las relaciones de consumo, éstas serán más equitativas y los productos serán de mejor calidad.

Protección solar

Hola, muchas felicidades por su excelente revista y su sitio en internet.
Me gustaría sugerirles que hagan una Tecnología Doméstica Profeco para fabricar bloqueador solar casero, pues se acerca la temporada de vacaciones y casi todas las marcas son carísimas, no me explico cómo un pequeño tubo de loción o crema pueda costar de 120 a 150 pesos.

Fernando García

Muchas gracias por sus felicitaciones. Tendremos muy en cuenta su sugerencia y discutiremos con nuestro tecnólogo la posibilidad de desarrollar la fórmula de la Tecnología Doméstica Profeco de protector solar. Mientras tanto, le hemos enviado a su correo electrónico la Tecnología Doméstica Profeco para elaborar crema para después de asolearse, con la que podrá ahorrarse hasta un 60% respecto al producto comercial.

¿Cuánto cuesta el crédito?

Deseo felicitarlos por el gran esfuerzo de todo su equipo para llevar a nuestras manos información para elegir conscientemente lo que compramos. Quisiera pedirles que publiquen otra vez el artículo donde explicaban qué es el Costo Anual Total (CAT) y comparaban diferentes tarjetas de crédito, considero que esta información es una herramienta muy importante al momento de comprar a crédito.
Mario Francisco Ávila M.

El artículo al que usted se refiere fue publicado en noviembre de 2006 y se encuentra disponible en nuestro sitio de internet: www.profeco.gob.mx
Sólo dé clic en el vínculo "Revista" y en el menú de la derecha seleccione la opción "Artículos de números anteriores de la Revista del Consumidor", donde podrá consultar el histórico de nuestra publicación.

Agradecemos las sugerencias y felicitaciones de:

Yvette Aguilar
Mario F. Ávila
Luis Castillo Torres
Rodrigo González
Beatriz Martínez
Nayelli Mejía
Óscar Pasilla
Bruno Ramos Romo
Benjamín Ronzón Suárez
Braulio Sánchez

*Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los *Lineamientos para la protección de datos personales* emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Comisiones que **cobran las AFORES**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- Calculadora del SAR
  La herramienta que te permitirá comparar entre Afores para apoyarte en tu decisión
- La **AFORE** en la que estás asignado
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).

Teléfono :
01800 • 5000 747

Horario de Atención
Asesoría personalizada de Lunes a Viernes de 8:30 a 21:30 hrs.
y Sábados de 8:30 a 15:30 hrs.
Servicio automático de Calculadora, e información sobre tu cuenta asignada, las 24 hrs. del día los 365 días del año.

Por Adriana Hernández Uresti

Foto www.pirwi.com

Muebles ecológicos

Diseñadores industriales mexicanos crearon una línea de muebles ecológicos, 100% biodegradables, porque además de preocuparse por el diseño, cuidan que la materia prima utilizada provenga de empresas socialmente responsables. Por ejemplo, en el caso de la madera, sus proveedores deben contar con un certificado de que ésta no procede de bosques en peligro. Telas 100% de algodón y pinturas con base de agua son otras de las características de los muebles de la línea Pirwi, que al final de su vida útil pueden ser desensamblados con facilidad.

Fuente www.pirwi.com

Por las nubes...

Foto archivo

¿Usted cómo paga su celular o el de sus hijos?

Si lo hace con tarjetas de prepago de baja denominación (100 pesos), está pagando el doble por minuto, algo así como 4 pesos, y aunque se trata de la tarifa más cara, más del 50% de los usuarios de tarjetas de prepago utilizan esta denominación. De hecho, entre 30 países, México es el segundo donde los usuarios de bajo consumo pagan la cuota más cara, según un estudio de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Fuente OCDE

Foto archivo

Agua de la llave

Ahora resulta que la nueva moda en los restaurantes lujosos de California, Estados Unidos, es servir a sus distinguidos comensales agua de la llave. Este rechazo al agua embotellada obedece a razones ecológicas y de conservación de la energía. Lo curioso es que tal vez esta "novedosa" tendencia gringa sea una añeja costumbre en restaurantes no tan "lujosos" ubicados en las diferentes ciudades de México y otros países.

Fuente *Milenio*, marzo 30, 2007

Foto archivo

A probar las "probaditas"

Todos los días, pero sobre todo durante el fin de semana y en las quincenas, las personas que acudimos a los centros comerciales nos encontramos en los pasillos, principalmente del área de comida, con edecanes que ofrecen una "probadita" de un producto.

La reacción de las personas ante el ofrecimiento va del "no" sistemático a la solicitud de más de una probadita y, aunque lo segundo le pueda molestar a la edecán, su trabajo es precisamente ése: ofrecer el producto.

Sin embargo, realmente estas pruebas no son gratis, pues están contempladas en los gastos de las empresas productoras de alimentos y representan nada menos que el 3% del costo del artículo en anaquel, así que aceptemos o no las probaditas, todos los consumidores potenciales de ese producto las estamos pagando. Usted dirá si vuelve a rechazarlas.

Fuente AC Nielsen

¡No te hagas bolas!

Para seleccionar tu Afore, guíate por el TRIÁNGULO que sí CUADRA.

mejores rendimientos

mejores servicios

menores comisiones

En tu Afore

Siembra y Cosecha

¡Infórmate!
SARTEL
01 800 50-00-747

CONSAR
Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro

www.consar.gob.mx

Foto archivo

Entre basura

Todos somos consumidores y casi al mismo tiempo –quizá sin ser muy conscientes– generadores de basura. Se calcula que en todo el país se generan, en promedio, 94 millones de toneladas de desperdicios al día. ¿Se imagina tal cantidad? Lo bueno es que mucho de este material podría reaprovecharse en diferentes sectores. Lo malo es que sólo tres de cada 10 mexicanos separan los residuos en orgánicos e inorgánicos, paso indispensable para facilitar su reciclado. Y si éste es un mal escenario, los pronósticos de la Organización de la Naciones Unidas señalan que para el 2025 se quintuplicará la generación de basura. El problema es que nuestro mundo no fue diseñado para "consumir" basura, ni para volverse un tiradero global.

Fuente www.parametria.com.mx

Foto archivo

Secreto a voces

Las empresas que fabrican bebidas energizantes no lo advierten de manera expresa en los envases, pero basta revisar la tabla de ingredientes para constatar lo que ya es un secreto a voces: estas bebidas están hechas a base de cafeína y otros compuestos semejantes y consumirlas implica un riesgo para la salud, sobre todo al combinarlas con alcohol, como suelen hacerlo los jóvenes en sus fiestas o para recuperarse de éstas.

Más que brindar un par de alas, estos productos son una bomba que puede hacer explotar la salud de quienes las consumen.

Si usted tiene hijos jóvenes, convendría que hablara con ellos para evitar que se vayan al cielo, pero de verdad.

Fuente www.profeco.gob.mx

Foto archivo

Don de lenguas

Muchas universidades están utilizando el iPod como herramienta de aprendizaje. Por ejemplo, estudiantes del Colegio Comunitario Tidewater, en el sureste de Virginia, Estados Unidos, utilizan estos famosos reproductores de música para reforzar lo aprendido en su clase de español, cargando en el aparato lecciones que les ayudan a comprender y pronunciar mejor nuestra lengua. La ventaja de este reproductor de MP3 sobre otros es su diminuto tamaño y su gran memoria, además de la ya casi natural preferencia de los jóvenes por este gadget.

Parece que después de todo comprarle un iPod a los hijos puede ser una buena inversión, sólo falta que quienes están a cargo de la educación en nuestro país diseñen lo adecuado para que los muchachos escuchen algo más que música.

Fuente http://education.zdnet.com

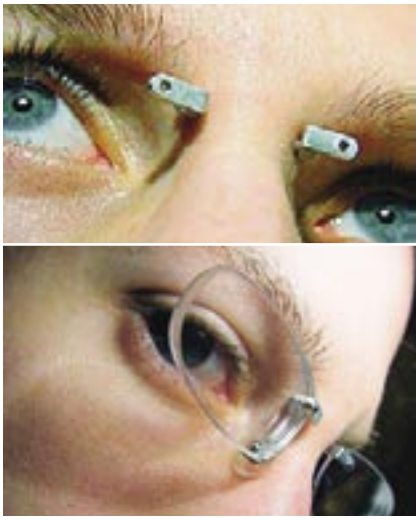


Foto www.piercedglasses.com

Gafas-*piercing*

Aunque el *piercing* está dejando de ser una moda, perforarse en el área de la nariz pronto tendrá una "justificación": James Sooy, joven estadunidense, desarrolla unos anteojos que en lugar de sostenerse en el armazón tradicional van unidos a un par de *piercings* colocados en la nariz. De acuerdo con el testimonio del inventor, sus propositivos anteojos no provocan molestia alguna, ya que caen sobre la nariz de manera muy similar a las gafas convencionales, con la ventaja de que su peso es mucho menor: sólo el del cristal o la mica, según sea el caso.

Al joven Sooy aún le falta afinar ciertos detalles de su invento, mientras tanto usted tendrá tiempo de pensar si desea corregir sus problemas de visión con el empleo de estas gafas...

Fuente piercedglasses.com

Las armas son de fuego, no de juego

Bajo el disfraz de un juguete, las réplicas de armas de fuego promueven la violencia desde la infancia misma y abren la posibilidad de ser usadas en actos delictivos. Por la seguridad de todos, evitemos comprarlas.

Con acciones concertadas, Profeco y la Secretaría de Seguridad Pública del Gobierno del Distrito Federal vigilan y protegen a los consumidores.

Profeco

ALERTA al consumidor

Profeco vigila permanentemente prácticas comerciales indebidas y publicidad engañosa; inmoviliza productos peligrosos e impone multas y clausura a las empresas que atentan contra los derechos de los consumidores. Usted también tiene el poder: el poder de no comprar y de presentar su denuncia. Compartimos así la responsabilidad y el poder, porque todos somos consumidores.

Bebidas energizantes y alcohol: combinación fatal

De acuerdo con información dada a conocer por la **Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris)**, las bebidas energizantes (que contienen taurina, cafeína y glucoronolactona) consumidas en exceso (más de dos latas al día) pueden provocar insomnio, nerviosismo y ansiedad por su alta concentración de cafeína. Así, las personas sensibles a esta sustancia pueden sufrir alteraciones en el ritmo cardiaco y en la tensión arterial.

Por otro lado, la **Cofepris** advierte sobre el riesgo de consumir estas bebidas combinadas con alcohol, de acuerdo con la idea generalizada entre los consumidores de que esta mezcla aminora los efectos de las bebidas alcohólicas. En realidad, las personas pierden la sensación de embriaguez tras el consumo de esta combinación debido al efecto estimulante de la cafeína, que contrarresta el efecto sedante y los síntomas típicos del consumo de alcohol, lo que no significa que la concentración de alcohol en la sangre disminuya. Otro problema asociado al consumo de esta combinación es que tanto el alcohol como la cafeína son diuréticos y pueden contribuir a la deshidratación del organismo.

Por tales motivos, la **Cofepris** recomienda a los consumidores de bebidas energizantes lo siguiente:

- No las mezcle con bebidas alcohólicas.
- No las consuma si es menor de edad.
- No las consuma si está embarazada o dando pecho.
- No tome más de dos latas al día.

Para mayor información, escriba al siguiente correo electrónico: **contacto_cofepris@salud.gob.mx**

Números 01-900, ¡cuidado!

¿Sabía usted que estos números son servicios que tienen un **costo por minuto**, generalmente muy elevado, y que son utilizados para bajar música, videos, juegos, solicitar consejos de psíquicos, realizar trámites, sorteos, etcétera?

¿Sabía que estos números pueden ser marcados **desde su teléfono** por cualquier persona que tenga acceso a él, y que pueden ser **muy costosos** para usted? ¿Qué incluso la marcación de los 01-900 se puede realizar automáticamente desde **una página web** que tenga la función *dialer* (pequeño programa que marca una nueva conexión a un servicio de pago por tiempo), que desconecta el servidor local y lo envía al servidor distante?

Evítese sorpresas mayúsculas en su recibo de pago. Si lo considera adecuado, usted puede cancelar este servicio llamando a su compañía telefónica. ¡Tenga cuidado!

Las telefónicas no pueden cobrar servicios no solicitados

Las empresas de telefonía están comprometidas a cancelar automáticamente los servicios adicionales ofrecidos –los que no fueron originalmente contratados, como seguros, revistas, detalle de facturación, etc.– una vez vencido el plazo de la promoción, salvo que el consumidor solicite expresamente continuar con el servicio adicional.

De acuerdo con la Ley Federal de Protección al Consumidor, el proveedor sólo podrá prestar servicios adicionales no previstos en el contrato original, si cuenta con el consentimiento expreso del consumidor, ya sea por escrito o por vía electrónica.

Profeco le recomienda revisar con cuidado los cargos de su recibo de teléfono para detectar estos cobros, y le recuerda que tiene derecho a dar por terminada la prestación de servicios adicionales en el momento en que lo manifieste de manera expresa a su proveedor, así como a recuperar el importe pagado, sin que por ello el proveedor le cancele la prestación del servicio básico.

Si algún proveedor le ha hecho pagar por un servicio no solicitado, presente su queja en la delegación **Profeco** más cercana a su domicilio; para mayor información llame al Teléfono del Consumidor, 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República.

El consumo inteligente busca la plenitud y el desarrollo armónico, y tiene en cuenta las necesidades biológicas, psicológicas, sociales y espirituales, pero las reflexiona. En esta sección mostraremos cuáles son los siete pasos necesarios para un consumo inteligente: un acto humano que es consciente, que es informado, libre y crítico frente a la publicidad, saludable, sustentable, solidario y activo, porque se organiza.

Foto Archivo

Reconozca y asuma su poder

Consumo consciente

Por Walter Jasso Anderson

A diferencia de las plantas y los animales, que no sufren de obesidad ni bulimia ni anorexia, por ejemplo, porque solamente consumen lo que necesitan, los seres humanos estamos extraviados frente al consumo. Atrapados por una red de necesidades que van más allá de lo indispensable para desarrollarnos, nos empeñamos en satisfacer las expectativas de otros, de la moda o de las imágenes que la publicidad nos muestra como fundamentales para ser felices.

A diferencia de lo anterior, el consumo inteligente es una manera de ser, de vivir y compartir la vida, de cuidar la salud propia y la salud del planeta. Es una manera de invertir el dinero en vez de gastarlo, de ser libre. El consumo inteligente es una expresión alegre y viva de la inteligencia humana y está al alcance de todos.

Usted lo sabe: el consumidor no es un simple espectador pasivo que deba esperar, cruzado de brazos, a que los proveedores le ofrezcan una limitada variedad de productos y servicios a su propia conveniencia, sino que en el transcurso del tiempo, se ha convertido en el protagonista principal, activo y fundamental, de la oferta y la demanda, y cuenta con derechos concretos.

Además, el consumidor tiene el poder suficiente para generar cambios muy favorables en las ofertas comerciales, e incluso en las políticas de las empresas, con el fin de que se ajusten a sus necesidades, pues a final de cuentas, los consumidores son el motor principal de la economía de mercado: sin consumo, ésta simplemente se hundiría.

Foto Archivo

VoraCidad

Foto Archivo

El estadunidense medio consume cada año 331 kilos de papel, mientras que en India usan 4 kilos, y en gran parte de África menos de 1 kilo. El 15% de la población de los países industrializados consume 61% de todo el aluminio, 60% de plomo, 59% de cobre y 49% de acero.

Si los hábitos de consumo de los mil **700 millones** de consumidores que existen en el orbe se extendieran a toda la población mundial, la situación sería completamente **insostenible** como consecuencia del consumo de agua, energía, madera, minerales, suelo y otros recursos, además de la **pérdida** de la biodiversidad, la contaminación, la deforestación y el cambio climático.

> "Porque es real la presión social que existe para mantener altos niveles de consumo, y esta presión tiene un impacto muy importante en la vida."

No obstante lo anterior, el consumismo desmedido ocasionado por el exceso de publicidad que satura los medios de comunicación, combinado con la carencia de información veraz y oportuna acerca de esta oferta, provocan que la sociedad en general, y los individuos en particular, dejen de lado la indispensable reflexión acerca de los alcances que tiene cada decisión de consumo que llevan a cabo. Por estas razones, resulta imperativo...

Pensar antes de consumir

Para ejercer a plenitud el consumo consciente, es necesario replantearse la forma de comprar: antes de adquirir algo, pregúntese si realmente existe una necesidad o un deseo legítimo por aquello que contempla consumir; después, analice de cuántas maneras se puede satisfacer esta necesidad o deseo, y por último, determine cuál de las opciones que ofrece el mercado resulta la más acertada de acuerdo con su conveniencia personal, sin olvidar la legalidad y el respeto por los demás.

Aunque es imposible dejar de ser consumidor, sí se puede actuar sobre dicha condición eligiendo la mejor maner de consumir, dando prioridad a ciertos criterios y no a otros, favoreciendo unas actitudes y descartando otras, asumiendo colectivamente estilos de vida que no dañen a otros seres humanos en esta sociedad que al parecer consume por el consumo mismo.

Y con ustedes... ¡el consumidor consciente!

Uno de los mayores aspectos negativos de la sociedad de consumo, consiste en que ésta convierte a las personas en una masa de simples consumidores sin criterio, favoreciendo no un intercambio de dinero por productos o servicios para cubrir una necesidad, sino el consumo por el placer que conlleva el consumo mismo: comprar por comprar, ser el rey o la reina en el mágico y deslumbrante (pero efímero) consumimundo.

Porque es real la presión social que existe para mantener altos niveles de consumo, y esta presión tiene un impacto muy importante en la vida de las personas, los hogares y la sociedad.

Como muestra basta un botón: el endeudamiento privado ha crecido principalmente a través de los créditos bancarios y al consumo; en muchos casos, las familias, sin pensarlo apenas, comienzan a satisfacer necesidades superfluas, con la consecuente disminución de la inversión en alimentos, educación y salud.

Los 7 pasos del consumo inteligente

El consumo inteligente se fundamenta en un conjunto de valores tales como la justicia, la solidaridad y el respeto a los derechos humanos, económicos, sociales, culturales y ambientales de todas las personas.
Promueve la moderación en el consumo (controlar el consumo antes de que éste nos controle a nosotros) y la adopción de hábitos éticos y ecológicos para consumir en armonía con los demás y con el planeta. Se compone de los siguientes pasos:

1. Consumo consciente

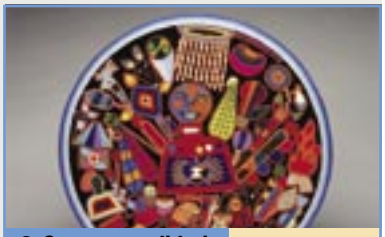
Todos, en cada momento, somos consumidores, y como tales damos rumbo al mercado y a la economía de nuestro país con las decisiones que tomamos. Un consumidor que es consciente de su poder, de sus derechos y obligaciones, que sabe lo que necesita, lo exige y asume las consecuencias de su modo de consumir, es un consumidor inteligente.

2. Consumo informado

Somos libres de elegir lo que queremos consumir, pero para poder decidir entre la infinidad de opciones que ofrece el mercado, es indispensable informarse.
Un consumidor que compara calidad y precio, piensa en invertir antes que en gastar, valorando qué tanto sus elecciones de consumo satisfacen sus necesidades reales y los beneficios que traerán a su vida, a su familia y a su comunidad, es un consumidor inteligente.

3. Consumo crítico

Los publicistas y proveedores quieren convencernos de comprar a toda costa, y para ello frecuentemente asocian su publicidad con valores que nada tienen que ver con el producto que anuncian: estatus, poder, atractivo sexual, fama. Un consumidor que es crítico ante la publicidad y la moda, se valora y valora a los demás por lo que son y no por lo que tienen, que conserva lo que necesita y le gusta, es un consumidor inteligente.



4. Consumo saludable

Los avances médicos, científicos y tecnológicos dan acceso a productos y servicios que han aumentado la expectativa de vida. Sin embargo, muchos de estos avances también han propiciado una vida sedentaria, con excesos y hábitos poco saludables. Un consumidor que lleva una alimentación balanceada, hace ejercicio, duerme bien, modera su consumo de alcohol, no se automedica y evita fumar, es un consumidor inteligente.

5. Consumo sustentable

Durante décadas hemos explotado, desperdiciado y contaminado los recursos de nuestro planeta sin restricciones, comprometiendo el desarrollo y la vida de las futuras generaciones. Un consumidor que reduce los efectos de su consumo en el ambiente al elegir productos ecológicos, ahorrar energía y agua, separar la basura, caminar en vez de usar el auto y aprovechar al máximo los productos antes de tirarlos, es un consumidor inteligente.

6. Consumo solidario

Algunas personas –muy pocas en el mundo– tienen recursos para comprar casi cualquier cosa, mientras la gran mayoría apenas puede consumir lo imprescindible para sobrevivir.
Un consumidor que considera los efectos de su consumo en los demás y prefiere productos artesanales o de proveedores socialmente responsables, con políticas laborales justas y procesos de producción limpios, es un consumidor inteligente.

7. Consumo organizado

Conocer nuestros derechos y tomar decisiones de consumo conscientes y responsables nos hace más fuertes, pero si nos organizamos con otros consumidores para alcanzar objetivos comunes, podemos multiplicar ese poder.
Un consumidor que suma su fuerza a la de otros y se organiza con ellos para defender sus derechos, exigir calidad y hacer alianza con Profeco y otras instituciones para lograr relaciones de consumo más equitativas, es un consumidor inteligente.

Fuente Folleto *7 pasos para un consumo inteligente*, Profeco.

Fotos Archivo

Un solo mundo

Entre 1950 y 2002, el consumo mundial de agua se triplicó, el de combustibles fósiles se quintuplicó, el de carne creció un 550%, las emisiones de dióxido de carbono aumentaron un 400%, el PIB mundial aumentó un 716%, el comercio mundial creció mil 568%, el gasto mundial en publicidad aumentó un 965%, el número de turistas que salieron de sus fronteras creció 2,860%, el número de automóviles pasó de 53 millones en 1950, a 565 millones en 2002, y el consumo de papel creció un 423% entre 1961 y 2002...

¿Cuánto consumo es suficiente para satisfacer las necesidades reales de la sociedad? Recordemos que sólo tenemos un mundo...

Fuente www.worldwatch.com • www.elcorreo.eu.org

Fotos Archivo

Sociedad de consumo, para la reflexión

Al terminar el día de hoy, 210 mil personas se habrán sumado a la población total del mundo, es decir, casi 77 millones de nuevos habitantes en el transcurso de un año.

La Tierra tiene más de 6 mil 500 millones de pobladores; para el año 2050, se estima que esta cifra ascienda a más de 9 mil 100 millones. ¿Nuestro planeta puede albergar y alimentar a tantas personas? La respuesta es sí: la Tierra es potencialmente capaz de proveer alimento para unos 15 mil millones de personas, así que el problema no es de recursos, sino de la distribución de los mismos: en el mundo, la sociedad de consumo la integran aproximadamente mil 728 millones de personas, casi 30% de la población mundial. Mientras estos mil 700 millones de consumidores gastan alrededor de 250 pesos diarios, existen dos mil 800 millones de personas que tienen que vivir con menos de 25 pesos al día (lo mínimo para satisfacer las necesidades más básicas), y mil 200 millones de personas que viven en la extrema pobreza, con menos de 10 pesos diarios.

Fuentes www.elclarin.com • www.unfpa.org

Así, con el objetivo de poder comprar más y más productos y servicios, las personas pasan muchas horas trabajando, lo que reduce el tiempo que tienen para sí mismas, para la familia, los amigos y el entorno inmediato.

Por supuesto, no se trata de dejar de consumir, sino de reconocer cómo se está llevando a cabo este acto, asumir las consecuencias de ese consumo y buscar que la mayor parte de las decisiones de compra representen un beneficio personal, y que éste, al mismo tiempo, también lo sea para la comunidad, pues, lo creamos o no, a largo plazo cada acto de consumo influye en la evolución –o decadencia– de la sociedad.

No lo olvide: mediante el consumo consciente pasan a segundo plano la influencia de la publicidad o la imitación social en sus decisiones de compra, porque es usted y sólo usted, a partir de la información y la reflexión, quien dispone cómo, cuándo y por qué consume.

Fuentes www.tierramerica.org • www.educaweb.com • www.consumidoresint.org • www.cric.pangea.org

¡En el antro, tú tienes derechos!

- No pueden seleccionarte al entrar
- No pueden darte mesa sólo si compras una botella
- Los precios deben estar a la vista o en la carta
- No pueden obligarte a un consumo mínimo
- No te pueden cobrar el servicio o exigirte propina

Denuncia cualquier abuso al Teléfono del Consumidor

01-800-468-8722

larga distancia sin costo
desde cualquier punto del país

Profeco

Tus derechos en el antro

Al igual que cualquier otro establecimiento que brinde atención al público, los llamados "antros" (centros nocturnos para jóvenes, como bares y discotecas) están obligados a ofrecerte un trato respetuoso, además de un servicio de calidad y con apego a la ley, por lo que te invitamos a conocer tus derechos para que los hagas valer siempre.

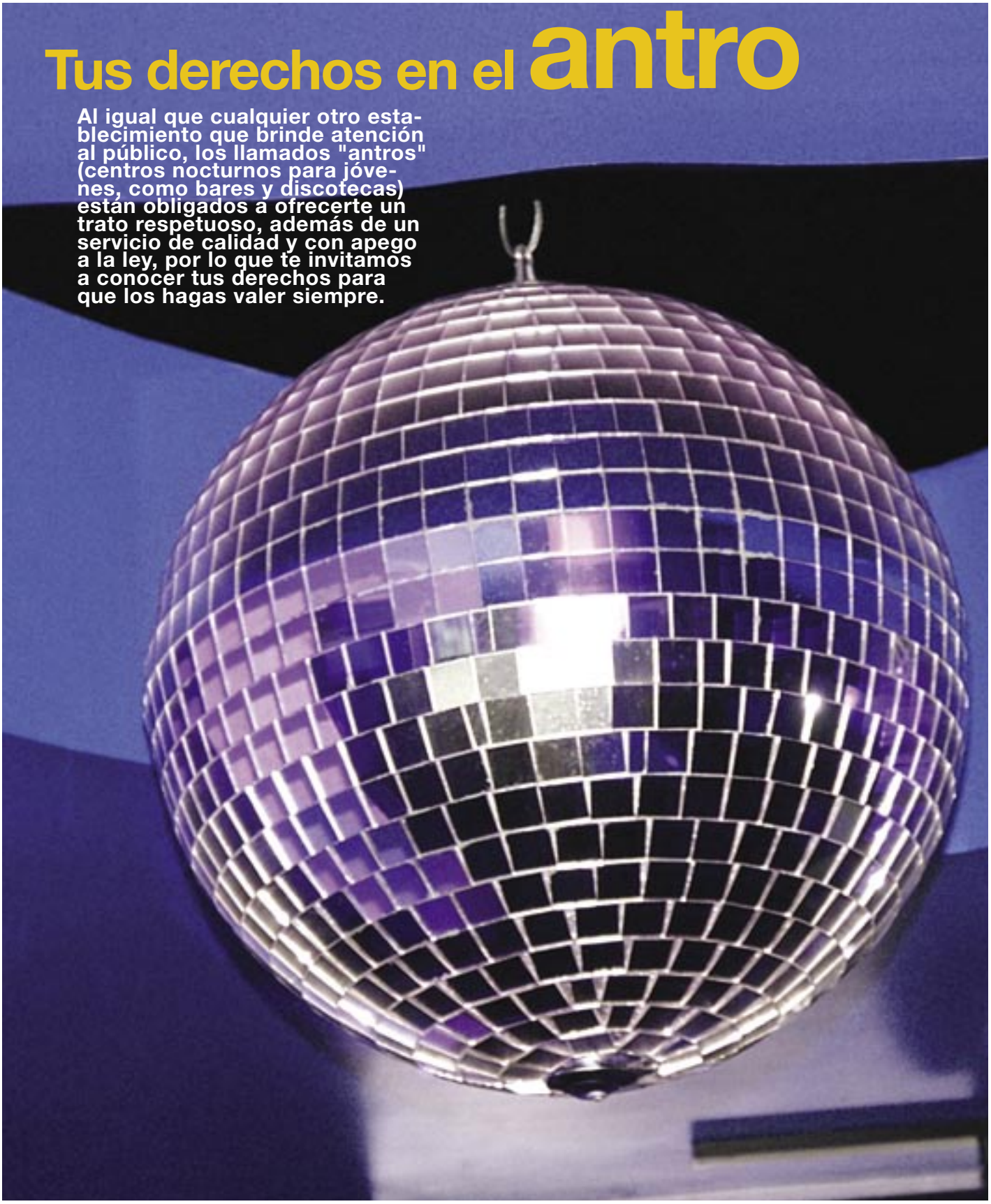


Foto archivo

Por Walter Jasso Anderson

Imagina que por fin llega el viernes y decides salir a bailar con tus amigos, por lo que te lanzas a un antro con la disposición de pasártela muy bien.

Sin embargo, la noche no arranca de la mejor manera, pues al llegar al lugar, los recibe un cadenero con cara de pocos amigos, quien alza la mirada por encima de la muchedumbre que se aglutina ante la puerta de entrada para decidir, de acuerdo con algún misterioso criterio, quién merece el "honor" de acceder a este exclusivísimo templo del ocio y quién está condenado a ser de los marginados que terminarán la velada frente a los infomerciales del televisor.

Así las cosas, Carlos, tu cuate, no se ve favorecido con el "gran privilegio" de entrar y, ante los reclamos, el señor de la cadena señala, indiferente, un letrero que dice: N.R.D.A. (Nos Reservamos el Derecho de Admisión), por lo que tu banda de amigos y tú deben permanecer a la intemperie durante larguísimos minutos, hasta que llega tu amiga Cristina, quien conoce al hombre de la entrada y lo convence de que los deje ingresar a todos.

Ya en el antro, el mesero les sale con la novedad de que para poder darles una "buena mesa" –sí, ¡una mesa!, como si se tratara del tesoro de Moctezuma–, es necesario que pidan, al menos, una botella. Pero ¿y si alguien de los tuyos no bebe o bebe muy poco? Pues ese es su problema, porque, manifiesta el amabilísimo mesero, "así son las reglas de la casa".

Ya instalados en la súper mesa, que además se encuentra alejada de la pista de baile, le pides al mesero que tenga la gentileza de traerte la carta de precios, a lo cual te responde con un gruñido parecido a la frase: "no hay carta". A pesar de todo, decides que ya es demasiado tarde para cambiar de lugar.

Cuando finalmente tus amigos y tú optan por una botella de ron nacional, el buen mesero les aclara que el consumo mínimo por persona es de $200 pesos, así que te "sugiere" que convenzas a los demás de que mejor pidan un vodka importado...

Luego de tres horas y varios corajes, el mesero te lleva la cuenta con un obsequioso 20% de propina incluido, no vaya a ser la de malas y se te olvide dejar la gratificación voluntaria por tan "excelente" servicio...

¡Basta de antropellos!

La crónica anterior retrata una lamentable serie de situaciones que se presentan cotidianamente en un buen número de centros de esparcimiento nocturno, a pesar de que la clientela siempre debería ser la máxima prioridad, como explica Rubén Recilla, director del Root´s Magic Club: "Los clientes son quienes pagan nuestros sueldos, son la razón de ser de cualquier establecimiento, por lo que merecen toda nuestra atención y el mejor servicio posible".

En efecto, las personas que buscan salir de la rutina, tienen en los bares y antros –antes llamados discotecas–, una opción de entretenimiento que, por supuesto, debería proporcionarles el mejor de los servicios posibles, desde que llegan al lugar hasta que cruzan la puerta para retirarse.

Sin embargo, en no pocas ocasiones, muchos de estos negocios se muestran ajenos a la normatividad y las regulaciones generales establecidas por la Ley Federal de Protección al Consumidor, pero es aquí donde tú tienes la sartén por el mango, ya que cuentas con el poder de exigir que se respeten incondicionalmente tus cinco derechos básicos en los antros, mismos que te presentamos a continuación:

Foto archivo

Ojo con la botella

- Verifica que la tapa de la botella esté perfectamente cerrada y que cuente con la información correspondiente: sellos oficiales, lote, leyendas precautorias y logotipo de envasado de origen cuando corresponde (tequila, mezcal y bacanora). ¡No aceptes botellas que ya te lleven destapadas! De igual forma, si bebes por copa, vigila que te sirvan directamente de la botella.
- Desconfía de los precios excesivamente bajos: un producto por debajo del precio promedio, de ninguna manera puede ser original.
- En el caso del tequila, verifica que la botella incluya en su etiqueta principal la palabra Tequila en forma destacada y legible, y tipo (blanco, joven u oro, reposado y añejo).
- No ingieras más de una copa por hora, además de evitar la mezcla de bebidas alcohólicas con energizantes, ya que éstas provocan la pérdida de la sensación de embriaguez debido al estímulo de la cafeína, la cual contrarresta el efecto sedante del alcohol, pero sin disminuir su concentración en la sangre.

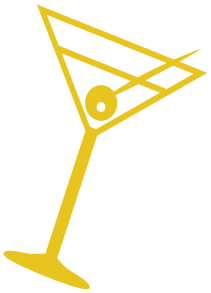
Fuente *Revista del Consumidor*, números 344 y 346.

Foto archivo

Por tu bienestar

Durante todo **2006** y hasta finales de febrero de **2007**, Profeco realizó **240** visitas a antros, bares y centros nocturnos, lo que arrojó como resultado **30** emplazamientos a varios establecimientos por diversas infracciones a la ley, además, se colocaron sellos de advertencia en los lugares que persistieron en cometer irregularidades tales como brindar información engañosa sobre el contenido de las botellas e introducir bebidas alcohólicas que no cumplían con la norma en su etiquetado.

Fuente Dirección General de Verificación y Vigilancia, Profeco.



En las llamadas "tardeadas" se admiten menores de edad y está prohibida la venta de alcohol, pero en esos lugares es frecuente que los menores consuman bebidas embriagantes, con el riesgo que eso conlleva.

5 derechos 5ndiciones

1. Ningún antro puede seleccionar a la gente, porque eso es discriminación

La Ley Federal de Protección al Consumidor establece lo siguiente en su artículo 58: "El proveedor de bienes, productos o servicios no podrá negarlos o condicionarlos al consumidor por razones de género, nacionalidad, étnicas, preferencia sexual, religiosas o cualquier otra particularidad".

Además, la ley señala que los proveedores de servicios tampoco podrán seleccionar a la clientela, reservar el derecho de admisión ni excluir a personas con discapacidad, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento y a sus clientes.

Al respecto, la maestra María García, directora general de Educación y Organización de Consumidores de Profeco, explica que a una persona sólo se le puede negar la entrada a un establecimiento si se encuentra en las siguientes circunstancias: en evidente estado de ebriedad, bajo la influencia de alguna droga o en caso de que porte armas. Salvo lo anterior, ¡nadie puede negarte la entrada a ningún antro!

2. Los antros no pueden negar una mesa a menos que compres una botella, porque eso es condicionamiento

A todas luces la mesa forma parte indispensable del servicio, por lo que no pueden condicionarla a la compra de determinada cantidad de alcohol. Desafortunadamente, ésta es una práctica común en muchos establecimientos.

Justo eso le ocurrió a Eduardo Hernández, de 31 años: el capitán de meseros les dejó en claro que sus opciones eran "o mesa con dos botellas mínimo, o permanecer de pie junto a la barra", argumentando que había mucha demanda para entrar al establecimiento, y que las mesas eran muy disputadas.

En el antro... ¡sácales la tarjeta si no respetan tus, derechos, e invita a tus amigos a hacer lo mismo!

Oye cantinero...
1 No puedes seleccionar a la gente (¡eso es discriminación!)
2 No puedes darle mesa sólo si compra una botella (¡eso es condicionamiento!)
3 Los precios deben estar a la vista o en la carta
4 No puedes obligarlo a un consumo mínimo
5 No le puedes cobrar el servicio o exigirle propina (¡ésta es voluntaria!)
Haz valer tus

Oye cantinero...
1 No puedes seleccionar a la gente (¡eso es discriminación!)
2 No puedes darle mesa sólo si compra una botella (¡eso es condicionamiento!)
3 Los precios deben estar a la vista o en la carta
4 No puedes obligarlo a un consumo mínimo
5 No le puedes cobrar el servicio o exigirle propina (¡ésta es voluntaria!)
Haz valer tus

Oye cantinero...
1 No puedes seleccionar a la gente (¡eso es discriminación!)
2 No puedes darle mesa sólo si compra una botella (¡eso es condicionamiento!)
3 Los precios deben estar a la vista o en la carta
4 No puedes obligarlo a un consumo mínimo
5 No le puedes cobrar el servicio o exigirle propina (¡ésta es voluntaria!)
Haz valer tus

Oye cantinero...
1 No puedes seleccionar a la gente (¡eso es discriminación!)
2 No puedes darle mesa sólo si compra una botella (¡eso es condicionamiento!)
3 Los precios deben estar a la vista o en la carta
4 No puedes obligarlo a un consumo mínimo
5 No le puedes cobrar el servicio o exigirle propina (¡ésta es voluntaria!)
Haz valer tus

Oye cantinero...
1 No puedes seleccionar a la gente (¡eso es discriminación!)
2 No puedes darle mesa sólo si compra una botella (¡eso es condicionamiento!)
3 Los precios deben estar a la vista o en la carta
4 No puedes obligarlo a un consumo mínimo
5 No le puedes cobrar el servicio o exigirle propina (¡ésta es voluntaria!)
Haz valer tus

Oye cantinero...
1 No puedes seleccionar a la gente (¡eso es discriminación!)
2 No puedes darle mesa sólo si compra una botella (¡eso es condicionamiento!)
3 Los precios deben estar a la vista o en la carta
4 No puedes obligarlo a un consumo mínimo
5 No le puedes cobrar el servicio o exigirle propina (¡ésta es voluntaria!)
Haz valer tus

Oye cantinero...
1 No puedes seleccionar a la gente (¡eso es discriminación!)
2 No puedes darle mesa sólo si compra una botella (¡eso es condicionamiento!)
3 Los precios deben estar a la vista o en la carta
4 No puedes obligarlo a un consumo mínimo
5 No le puedes cobrar el servicio o exigirle propina (¡ésta es voluntaria!)
Haz valer tus

Oye cantinero...
1 No puedes seleccionar a la gente (¡eso es discriminación!)
2 No puedes darle mesa sólo si compra una botella (¡eso es condicionamiento!)
3 Los precios deben estar a la vista o en la carta
4 No puedes obligarlo a un consumo mínimo
5 No le puedes cobrar el servicio o exigirle propina (¡ésta es voluntaria!)
Haz valer tus

¡Que no te digan que no!

La discriminación es una de las principales quejas contra los antros: en 2006, Profeco recibió 31 denuncias por discriminación, 25 de las cuales se originaron en el Distrito Federal.

Si en un antro te dicen que se reservan el derecho de admisión, quizá podrías responderles que tú te reservas los derechos del consumidor, los cuales puedes hacer valer en todo momento si tienes la información adecuada, además de que para denunciar abusos, siempre cuentas con el Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República.

Fuente Dirección General de Quejas y Conciliación, Profeco.

Foto archivo

3. Los precios deben estar a la vista o en la carta, y los antros deben cumplir con las promociones que ofrecen

La exhibición de precios es aplicable a todos los productos que se vendan en el antro, incluyendo bebidas alcohólicas por botella o por copa, refrescos, jugos, agua embotellada, cajetillas de cigarros, así como el costo de cada platillo o botana, además de los servicios de guardarropa y estacionamiento con el precio por hora y fracción.

Asimismo, tú puedes exigir que el establecimiento haga válidas las promociones especiales con que suelen atraer a la clientela, como la "hora feliz"de bebidas al 2 X 1 o ciertos días de la semana en que no se cobra cover, como relata Tania Sánchez, asidua visitante de este tipo de lugares: "A veces ofrecen promociones que se niegan a cumplir, como me pasó en un lugar que prometía regalar una cubeta de cervezas y otorgar un 10% de descuento en la cuenta de quien cumpliera años, para lo cual pedían la identificación del festejado, pero a la mera hora, dijeron que era válido sólo hasta las doce de la noche, y nosotros pedimos la cubeta de cortesía a las tres de la mañana".

La entrevistada, de 25 años de edad, añade que en la publicidad de la promoción no se especificaba una hora límite para hacerla efectiva, por lo que luego de discutir con el gerente, finalmente les cumplieron lo prometido.

4. No pueden obligarte a un consumo mínimo- Tú eres la única persona que decide cuánto alcohol habrás de consumir, aun cuando tus compañeros o el mesero consideren que ha sido poco.Y es que cada año, en México ocurren en promedio 15 mil accidentes de tránsito relacionados con jóvenes alcoholizados entre 15 y 24 años de edad.

Tú tienes el poder de evitar convertirte en una estadística más. Además, si pierdes el control, quien termina llevando las cuentas de lo que has bebido y de la calidad de los tragos, es el mesero y no tú.

5. No te pueden cobrar el servicio o exigirte propina, porque ésta es voluntaria

Muchos antros aprovechan la distracción y euforia de los clientes para anexar la propina como un concepto más de la cuenta. Esta es una clara anomalía que no debería ocurrir, aunque a Regina Ladrón le tocó pasar un trago amargo, puesto que en un establecimiento, el cantinero le pidió la propina por adelantado para poder servirle; el resultado final: cero bebidas a cambio de 50 pesos, pues el hombre anduvo de acá para allá y nunca la atendió.

No olvides que la propina es una gratificación voluntaria que se da a cambio de un buen servicio, tú debes considerar si la dejas o no y de cuánto será el monto. Si te presionan para que la otorgues de manera anticipada o te la incluyen en la cuenta sin preguntarte, no dudes en quejarte y, de ser necesario, puedes recurrir a la delegación **Profeco** más cercana a tu domicilio para exponer tu queja.

Por cierto, Regina tiene apenas 15 años de edad, y desde los 13 acude a distintos antros, ya que en éstos no le piden identificación oficial por aparentar mayor edad de la que en realidad tiene. Esta situación en la que a menores de edad se les permite la entrada a este tipo de establecimientos no es poco común, y representa un grave riesgo para los jóvenes. También es el caso de las llamadas "tardeadas", donde se admiten menores de edad y está prohibida la venta de alcohol, pero donde es frecuente que los menores consuman bebidas embriagantes.

Si tú sabes de algún sitio así, ¡denúncialo!

Fuentes Entrevistas con la maestra María García, directora general de Educación y Organización de Consumidores, Profeco; con Rubén Recilla, director del Root's Magic Club, y con los consumidores Eduardo Hernández, Tania Sánchez, Regina Ladrón y Luz Aguilera • www.profeco.gob.mx • www.alcoholinformate.com.mx/infoalcohol2.cfm?id_infoalcohol=27354

Techos sin goteras

Por Giovanni Rueda

Servicios de impermeabilización

Para que en temporada de lluvias su casa no se llene de goteras y cubetas para contener el agua, tome precauciones y déle a su techo el mantenimiento que requiere. Le decimos lo que tiene que saber al contratar un servicio de impermeabilización.

Todas las construcciones requieren impermeabilización y mantenimiento periódicos, pues reaccionan a los cambios climáticos que provocan grietas o fisuras en el concreto.

Los riesgos que puede ocasionar la falta de una adecuada impermeabilización pueden ir desde daños en muros, plafones y yeso, hasta un incendio provocado por un cortocircuito. Por ello es recomendable proteger cualquier superficie que esté en contacto con el agua (techos, muros, paredes, cisternas, jardineras, albercas).

Los impermeabilizantes tienen la propiedad de impedir el paso del agua, porque rellenan la porosidad de los materiales de construcción. En el mercado existe una gran variedad de marcas y productos impermeabilizantes que se adaptan a cualquier requerimiento y presupuesto. Éstos se pueden clasificar en cuatro grupos:

Acrílicos o elastoméricos. Son de tipo doméstico por su fácil aplicación, poco mantenimiento y bajo precio. Tienen gran flexibilidad, resistencia y larga duración.

Asfálticos. Se utilizan para impermeabilizaciones industriales y domésticas. Requieren de mano de obra especializada y tienen un costo mayor, además de que la aplicación comprende varios pasos y después es neceario un mantenimiento constante.

Prefabricados. Son recomendados para industrias. También exigen mano de obra especializada y equipo especial para su aplicación. Tienen un costo elevado y se pueden utilizar prácticamente en cualquier tipo de superficie.

Cementosos. Están diseñados para construcciones de concreto, mortero o mamposterías que se encuentran en contacto continuo con agua o humedad. Su aplicación requiere de mano de obra especializada y equipo especial. Su costo es elevado y se recomiendan para depósitos de agua potable, cimentaciones, muros de contención, sótanos o cisternas.

Los acrílicos

Este artículo se centra en los impermeabilizantes acrílicos o elastoméricos, pues son los más utilizados en los hogares.

Los impermeabilizantes acrílicos se distinguen por sus características de elasticidad (se expanden y contraen ante los cambios de temperatura), incombustibilidad (se fabrican con materiales a base de agua que impiden la propagación del fuego) y fácil aplicación (se colocan en un solo día y se adhieren a cualquier tipo de superficie).

Además, este tipo de impermeabilizantes generalmente son más económicos, necesitan poco mantenimiento y ofrecen las mismas garantías que cualquier otro sistema de impermeabilización (de uno a 10 años según el fabricante, si se siguen al pie de la letra las recomendaciones de fábrica).

Los **riesgos** que puede ocasionar **la falta** de una adecuada **impermeabilización** pueden ir desde daños en muros, plafones y yeso, hasta un incendio provocado por un **cortocircuito**.

¿Quejas?

Si algún prestador de servicios de impermeabilización no respeta el precio, términos del contrato, características del servicio, plazo de entrega y garantías, usted puede presentar su queja. Llame al Teléfono del Consumidor, 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República, para que le proporcionen la dirección de la delegación Profeco más cercana a su domicilio, o consulte nuestra página www.profeco.gob.mx

Mantenimiento

1. Una vez que ha impermeabilizado el techo de su casa, revíselo periódicamente para remover la basura o cualquier tipo de material que pueda ocasionar retención de agua.
2. En caso de que el impermeabilizante presente grietas o desprendimientos que lleguen hasta la losa, es conveniente retirarlo y remplazarlo inmediatamente por otra capa del mismo material.
3. Para evitar estos problemas y alargar la vida útil del impermeabilizante, es recomendable realizar un mantenimiento preventivo por lo menos una vez al año, que resulta menos costoso que uno correctivo (cuando ya se tienen filtraciones), pues éste puede incluir la reparación de los plafones, yeso e incluso del material eléctrico, sumado al costo de la impermeabilización.

En el mercado se comercializan impermeabilizantes acrílicos adecuados al clima de la región: existen de color blanco, gris o plateado para lugares con clima cálido, donde funcionan como aislantes térmicos al reflejar la luz solar y mantienen la casa fresca; y de color rojo o terracota, recomendados para lugares de clima frío, ya que conservan el calor en la vivienda.

Techos bien impermeabilizados

Para garantizar la máxima adherencia del producto y evitar un gasto mayor en la reparación de zonas afectadas, lo mejor es que los trabajos de impermeabilización se realicen antes de que comience la temporada de lluvias.

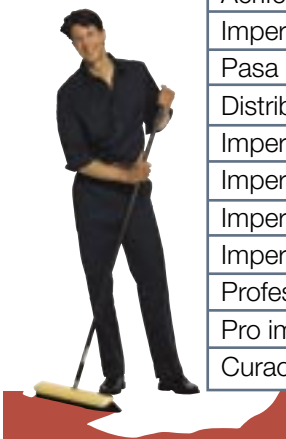
Sin embargo, las empresas especializadas en impermeabilización aseguran que es precisamente durante esta época (mayo a noviembre) cuando se incrementan notablemente la venta de impermeabilizantes y las solicitudes de servicios para su aplicación. Esto indica una baja cultura de la prevención, pues los consumidores esperan a que sus techos tengan filtraciones para entonces darles mantenimiento.

Los precios de los servicios de impermeabilización son variados y dependen de factores como la empresa con la que se contraten, el tipo de material que se vaya a utilizar (acrílico, asfáltico, prefabricado o cementoso) y el tamaño de la superficie que se va a impermeabilizar, entre otros.

Con el propósito de que usted tenga una referencia del costo por metro cuadrado de estos servicios, **Profeco** realizó un levantamiento de precios del 11 al 17 abril en la Ciudad de México y su área metropolitana, Guadalajara, Toluca y Pachuca. El ejercicio se realizó para impermeabilizar un techo plano con una superficie de 100 m^2, limpia y sin necesidad de reparaciones (los resultados se encuentran en la tabla de esta página).

Servicios de impermeabilización

Empresa	Ciudad	Garantía	Precio promedio por m^2	
			Acrílico	Prefabricado
Sika	Guadalajara	5 años	$ 56	$ 75
Acrifest			$ 74	$ 138
Imperquimia			$ 89	$ 89
Pasa	Toluca		$ 60	$ 75
Distribuidora Retex y Jaisa			$ 65	$ 110
Impermeabilizantes integrales			$ 52	$ 149
Impermeabilizantes Santander	Pachuca		$ 65	$ 90
Impermeabilizantes Texsa			$ 63	$ 83
Impermeabilizantes del sur			$ 121	$ 129
Profest	Ciudad de México y área metropolitana		$ 88	$ 173
Pro imper			$ 85	$ 85
Curacreto			$ 70	$ 90



Nota. Precios obtenidos el 16 y 17 de abril de 2007. Incluyen material y mano de obra.
Fuente: Dirección General de Estudios sobre Consumo, Profeco.

En el **mercado** existe una **gran variedad** de marcas y productos **impermeabilizantes** que se **adaptan** a cualquier **requerimiento** y presupuesto.

Paso a paso

Lea y siga las instrucciones específicas del producto que haya adquirido, pero en términos generales los pasos para lograr una buena impermeabilización son los siguientes:

1 Limpieza

Es la etapa más importante previa a la aplicación del impermeabilizante y de la cual depende la obtención de buenos resultados. Debe limpiar exhaustivamente el área para eliminar el polvo, grasa o cualquier tipo de partículas sueltas, así como el asfalto de impermeabilizaciones anteriores.

2 Sellado

Las grietas o fracturas deben cubrirse con un sellador acrílico (puede adquirirse en cualquier tienda especializada).

3 Primera capa

Con un cepillo de raíz (se compra en cualquier tlapalería) se aplica la primera capa de impermeabilizante acrílico en la losa. Debe quedar de buen espesor.

4 Membrana

Antes de que la primera capa seque completamente y mientras la superficie se encuentra todavía pegajosa, se debe aplicar una membrana de refuerzo (una tela de poliéster que da un poco más de espesor al impermeabilizante y lo hace más repelente, dándole más calidad). Esta membrana se vende en tlapalerías, y se aplica como si se estuviera desenrollando una alfombra.

5 Secado

Es importante que una vez instalada la membrana se deje secar el material por cuatro o cinco horas.

6 Segunda mano

Cuando la superficie está seca, se da una segunda mano con el impermeabilizante para concluir el trabajo.

Fotos: José Rodríguez

Sus derechos

De acuerdo con los artículos 57 y 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, todo proveedor debe exhibir a la vista del público sus tarifas principales. Además, antes de prestar el servicio debe entregarle al consumidor un presupuesto por escrito, en el cual se detallen sus características y el costo de la mano de obra.

Asimismo, el artículo 92 bis menciona que los consumidores tendrán derecho a la bonificación o compensación cuando la prestación de un servicio sea deficiente.

¿Va a hacerlo **usted** mismo?

Según los expertos, cualquiera que siga al pie de la letra las instrucciones del envase para la aplicación de un impermeabilizante acrílico, puede colocarlo sin ningún problema.

Si quiere impermeabilizar su techo usted mismo, es importante que revise que el impermeabilizante esté bien sellado y verifique en la etiqueta que la fecha de elaboración sea reciente, porque con el tiempo se eliminan sus propiedades efectivas.

Asimismo, le recomendamos consultar el último estudio de calidad de impermeabilizantes acrílicos realizado por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, que publicamos en nuestro número de febrero de 2005. Para consultarlo, visite el sitio www.profeco.gob.mx.

Los precios pueden aumentar por remover el impermeabilizante anterior, limpiar la superficie, retirar escombros, emparejar la losa o reparar grietas. Muchos proveedores dan el presupuesto definitivo despues de conocer la superficie que se va a impermeabilizar.

Recomendaciones

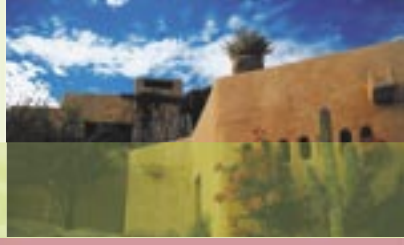
- Contrate los servicios de un proveedor establecido. No confíe en provedores en la calle, sin un domicilio físico, que no dan presupuesto por escrito ni nota o factura que lo respalde en caso de que tenga alguna reclamación.
- Compare y elija al proveedor que mejor se ajuste a sus necesidades y presupuesto. Considere la recomendación de amistades que han contratado antes algún servicio de impermeabilización.
- De acuerdo con el artículo 59 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, es su derecho recibir un presupuesto por escrito que detalle el tipo de material, cantidad, precio con IVA y mano de obra, así como el domicilio físico y teléfono del proveedor. La empresa está obligada a responder todas las dudas que tenga sobre el servicio.
- Solicite la garantía del servicio por escrito.
- La NOM-130-SCFI-2006 establece que los proveedores de servicios de remozamiento y mantenimiento de inmuebles deben estar registrados ante Profeco mediante un contrato de adhesión.
- La impermeabilización con chapopote está prohibida por las autoridades del medio ambiente en zonas metropolitanas de la Ciudad de México, Puebla, Guadalajara y Monterrey. Si alguien se la ofrece, no la acepte y denúncielo ante la Secretaría del Medio Ambiente al teléfono 5345-8000 o 5278-9931.

Fuentes Entrevista con el Ing. René Seade, director de Mercados de Comex de México, S.A. de C.V. • The Home Depot • Dirección General de Estudios sobre Consumo, Profeco

www.profeco.gob.mx

- Comportamiento comercial de las empresas
- Información sobre quejas y denuncias
- Resultados de los estudios de calidad del Laboratorio
- Artículos de la Revista del Consumidor
- Quién es quién en los precios y en el envío de dinero de EU a México
- Ubicación de nuestras delegaciones
- Ley Federal de Protección al Consumidor
- Tecnolgías Domésticas
- Platillos Sabios

Profeco



58 tips para unas Felices vacaciones

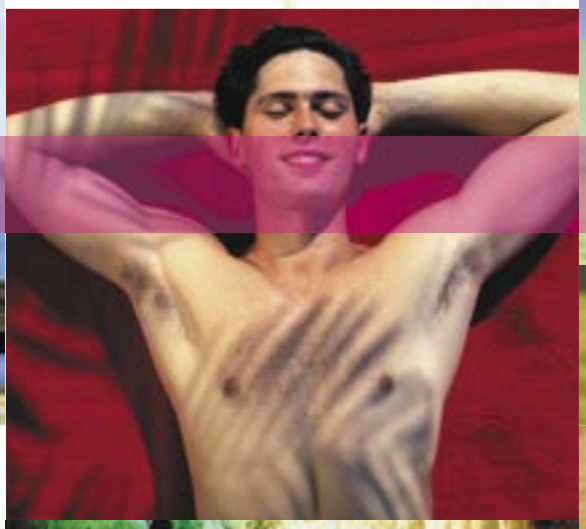
Por Alejandra Sánchez Plascencia

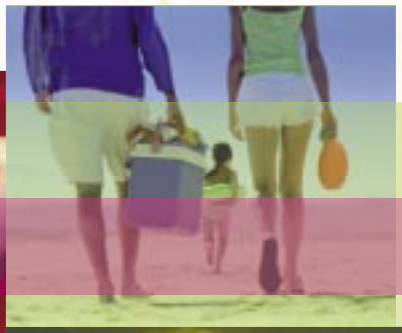
Si está pensando salir de viaje durante el próximo periodo vacacional, aún está a tiempo de considerar algunos detallitos para no "malviajarse" y disfrutar sus días de descanso al máximo, sin contratiempos que puede prevenir de antemano.

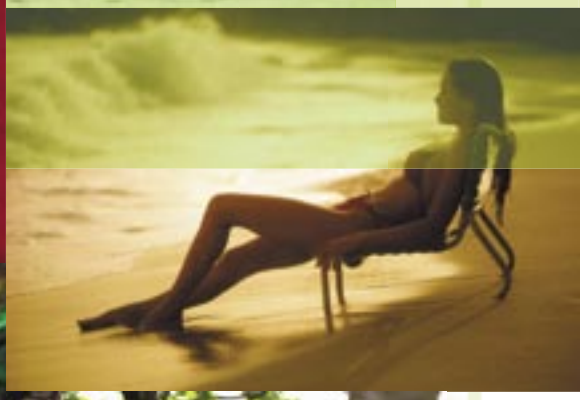
Planeando el viaje

No es lo mismo viajar por México que "viajar a la mexicana". Así que si ya decidió salir de vacaciones, ¡manos a la obra!

1. Como damos por hecho que las vacaciones son para descansar, a menudo descuidamos algunos detalles que podrían frustrarlas. Por ejemplo, la distancia que hay que recorrer para llegar al destino elegido, el clima que más nos agrada, si preferimos un lugar apacible o de mucha actividad, etc. En otras palabras, tómese su tiempo para que, junto con su familia, considere cuál es el mejor lugar para vacacionar.
2. Nuestro país es vasto en costas, por lo que relacionamos vacaciones con playa, pero existen muchas opciones más como zonas arqueológicas, ciudades coloniales y recorridos históricos. Considere otras alternativas sobre todo si únicamente puede tomar vacaciones durante temporadas altas (Semana Santa, verano y fin de año), cuando las playas están saturadas de turistas nacionales y extranjeros.
3. En www.visitemexico.com hay información sobre diversos lugares turísticos y de interés: museos, sitios arqueológicos, actividades al aire libre, ferias y festividades, así como un listado de hoteles y restaurantes de la localidad, incluyendo precios, direcciones y teléfonos.
4. Haga una lista de los sitios de interés que visitará e indague los precios para hacer su presupuesto.
5. Los folletos y revistas para promover sitios turísticos son muy útiles. Los encuentra en las oficinas de la Secretaría de Turismo de su localidad, en aerolíneas y agencias de viajes. Ahí mismo puede solicitar información sin costo alguno.
6. Las agencias de viajes son una opción para quienes no son expertos en planear un viaje, pues les ayudan a "armarlo" de acuerdo con sus expectativas. Hay casos en los que el prestador del servicio (líneas aéreas y operadores) cobran un cargo, el cual las agencias de viajes suman al costo del servicio. Si tiene dudas, mejor consulte a su agente de viajes.







Fotos Archivo

7. En cuanto sepa cuándo y a dónde quiere viajar, reserve el transporte y el hospedaje, sobre todo si saldrá en temporada alta. **Los especialistas recomiendan reservar al menos con tres meses de anticipación.**
8. Las agencias de viajes reciben información de las promociones y descuentos especiales que ofrecen las líneas aéreas. Además mantienen convenios con cadenas hoteleras, por lo que suelen mejorar los precios de transporte y hospedaje.
9. **Viajar los fines de semana es más caro**. Si es posible, elija vuelos entre semana, muy temprano o por la noche.
10. Si no tiene niños, salga de vacaciones en temporada baja, ello reduce notablemente los costos.
11. Si le ofrecen boletos de avión a buen precio, antes de comprarlos **pregunte por las restricciones**, pues es probable que no pueda modificar la fecha de salida a menos que pague una penalización, o que no pueda recuperarlos si llega a extraviarlos. Recuerde que los boletos de avión son intransferibles. Considere entonces que entre más económico es un boleto, mayores restricciones tiene.
12. Lea las condiciones y avisos de su boleto, es la mejor forma de conocer sus derechos y responsabilidades como pasajero. Da flojera, es cierto, pero le será muy útil conocer sus derechos en caso de que se retrase el vuelo, se sobrevenda, se extravíe su equipaje, etcétera.

Foto Archivo

Haciendo maletas

Uno de los errores más comunes que cometemos al viajar es llevar tremendas maletas atiborradas de ropa y objetos inútiles, al menos para esos días...

Cada quien sabe qué no puede dejar en casa si sale de viaje, como la secadora de pelo o la rasuradora eléctrica, pero algo es seguro, entre menos maletas lleve, menos objetos tendrá que cuidar y más disfrutará de sus vacaciones.

He aquí algunos consejos para hacer la maleta:

13. Procure llevar zapatos y ropa cómoda. Elija las prendas según el clima, el número de días que viajará y las actividades que realizará, como nadar, escalar, caminar.

14. No empaque un atuendo para cada día, mejor lleve prendas que coordinen entre sí.

15. Para una salida de cinco días, dos faldas o pantalones y tres blusas o playeras combinables entre sí son suficientes. Tampoco es necesario llevar demasiadas mudas de ropa interior, ya que son prendas pequeñas que puede lavar.

16. Acomode extendida la ropa, sobre todo las prendas gruesas, como los suéteres, para que ocupen menos espacio.

17. Las camisetas, playeras, pijamas, *shorts* y la ropa que no se arruga fácilmente, enróllela y acomódela en los espacios pequeños.

18. Guarde los calcetines enrollados dentro de los zapatos (¡límpielos primero!) y éstos dentro de bolsas de plástico.

19. Vacíe los productos de tocador en botellas de plástico pequeñas y guárdelas en una bolsa de plástico para proteger su ropa. Así, además de reducir el peso, evitará que los envases originales se rompan. Para que no se derramen por la presión del avión, no llene las botellitas hasta el tope y sáqueles el aire.

20. Éste es buen momento para ocupar las muestras de cremas, perfume, bronceadores, etc. que obsequian las tiendas. Si se va a hospedar en un hotel, pregunte si es necesario llevar champú, crema, pasta de dientes, secadora de pelo, plancha, etcétera.

21. Si viaja al extranjero, lleve un adaptador de corriente para sus aparatos eléctricos que, además de convertir el voltaje, sirva para distintos tipos de contactos.

Derechos del viajero

Al comprar un boleto de avión o camión usted tiene derecho a informarse sobre el servicio y las indemnizaciones por destrucción, pérdida o avería de su equipaje. Además, las empresas están obligadas a anunciar y exhibir sus tarifas con los montos por concepto de impuestos y otros cargos. Esta medida deben acatarla hoteles, agencias de viajes y líneas de autobuses. Si tiene alguna inconformidad con la línea aérea o de transporte de pasajeros, llame al Teléfono del Consumidor, 01-800-468-8722, sin costo desde cualquier punto del país, o acuda a las comandancias de la Dirección General de Aeronáutica Civil en los aeropuertos.

Para las líneas de Autotransporte Federal de pasajeros puede comunicarse a la Dirección General de Transporte Ferroviario y Multimodal de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a los teléfonos 01-(55)5677-356

Fuentes: Folletos *¿Y ahora qué hago?* y ***Derechos del viajero en autobús***, Profeco.

El peso del equipaje

Quítese un peso de encima. No sólo por comodidad, sino porque al viajar en avión la revisión del equipaje será más ágil y no pagará por exceso de peso. Y, si va en coche, gastará menos gasolina. Al respecto, cada aerolínea y línea de autobuses tienen restricciones. Algunas de éstas son:

22. Si viaja en autobús o en avión, pregunte por el número y el tamaño de equipaje permitido. En general, las líneas aéreas permiten hasta 32 kg en primera clase en vuelos nacionales. En clase turista se permiten hasta 25 kg.

23. Si viaja en autobús, cada pasajero tiene derecho a una maleta de 25 kg y, en caso de excederse, algunas líneas cobran un porcentaje por kilogramo extra. En todos los casos, asegure sus maletas con candados.

24. Nunca lleve documentos de viaje, medicinas, joyas, dinero o cualquier objeto de valor en sus maletas, por seguridad es mejor portarlos en su bolsa de mano.

25. En la parte exterior e interior de la maleta coloque etiquetas que digan: "En caso de pérdida de equipaje", y anote su nombre, hotel de destino y algún teléfono donde puedan localizarlo.

26. Es conveniente colocar un distintivo a la maleta para identificarla rápidamente al recogerla. Le recomendamos tirar los sellos de viajes anteriores para evitar confusiones.

27. Recuerde que está prohibido transportar cerillos, encendedores, líquidos y gases inflamables, productos industriales y domésticos (solventes, blanqueadores, etcétera), portafolios y maletas con sistema de alarma.

Equipaje de mano

Si viaja en avión usted puede llevar hasta dos piezas de equipaje de mano a bordo. Pero sea que viaje en avión, autobús o en auto, es importante tener a la mano lo siguiente:

28. Identificación vigente. Le sugerimos llevar una copia en un lugar diferente (por ejemplo, en la bolsa de mano de su compañero de viaje), por si llega a extraviar la original.

29. Documentos de viaje, como boletos de avión, itinerario, comprobante de reservación, etcétera.

30. Medicamentos, en caso de consumirlos. Es importante llevar consigo la receta médica vigente expedida por su doctor.

31. Dinero en efectivo y tarjeta bancaria (los cinturones de viaje son muy seguros y discretos para guardarlos), así como objetos de valor (aunque es preferible dejarlos en casa).

32. Celular y/o tarjeta telefónica, y números telefónicos importantes.

33. Paletas de dulce para los niños (les ayudan a destapar los oídos) y algunos juguetes pequeño.

34. Pañuelos desechables y una bolsa de plástico.

35. Tenga presente que no puede llevar en su bolsa de mano champú, gel para cabello, medicinas y artículos de tocador que contengan alcohol, ni objetos punzocortantes como cortauñas, tijeras y abrecartas.

36. Le recomendamos preguntar en la aerolínea sobre las restricciones de seguridad del país destino.

Si viaja con niños...

La siguiente información es general, pues cada línea aérea y de autobús aplica sus propias condiciones, pero puede guiarlo en caso de que viaje con sus hijos, sobre todo si son pequeños:

37. En avión, por lo regular los infantes (menores de dos años) no pagan boleto, aunque tienen derecho a una maleta de 10 kg de peso (en vuelos nacionales).

38. Adicionalmente las aerolíneas permiten llevar una carriola o un portabebé sin costo extra.

39. Los infantes no tienen derecho a un asiento, así que deben viajar sentados en las piernas de sus papás (sólo se admite un infante por cada adulto). En caso de que una madre viaje con dos infantes, uno de ellos tendrá que viajar sentado en un asiento, por lo que debe pagar una cantidad proporcional, la cual determina la aerolínea.

40. Los niños de dos años en adelante, aun cuando paguen el descuento aplicable a menores, tienen derecho a llevar equipaje del mismo

Foto Archivo

> “...Para una salida de cinco días, dos faldas o pantalones y tres blusas o playeras combinables entre sí son suficientes...”

Foto Archivo

El turista con sentido es el ConSentido

He aquí algunas recomendaciones que la Secretaría de Turismo hace al viajante:

1. Respete los espacios naturales, su flora, fauna y paisajes, como si fuera el jardín de su casa.
2. Aprecie, valore y proteja el patrimonio cultural, artístico y arqueológico.
3. Jamás maltrate los tesoros que nos heredaron nuestros antepasados.
4. Admire y respete las tradiciones, costumbres o formas de vida de la comunidad que visite.
5. Respete las indicaciones de seguridad y conduzca con precaución.
6. Vea la basura y la contaminación como un enemigo a vencer.
7. No cometa actos ilícitos ni atente contra la integridad y dignidad de otros turistas o residentes.
8. Alégrese cuando pague un servicio o consuma productos locales, pues contribuye al desarrollo de los habitantes de la localidad.
9. Reconozca el esfuerzo que hace la comunidad anfitriona para atenderlo.
10. Su mejor cara es siempre una sonrisa.

Fuente Dirección de Educación y Vinculación, Secretaría de Turismo.

Foto Archivo

Foto Archivo

peso que se otorga a los pasajeros que pagan el boleto completo.

41. En las aerolíneas, los chicos de 12 años en adelante se consideran adultos, así que deben pagar tarifa completa.

42. En vuelos nacionales, asegúrese de llevar una identificación oficial y si viaja con menores de edad, copia de sus actas de nacimiento y, en su caso, las credenciales escolares. Recuerde que éstos son requisitos indispensables para que usted pueda abordar el avión.

43. Al viajar en autobús, los niños menores de dos años no pagan boleto, por tanto, no tienen derecho a un asiento. Los chicos de tres a 11 años pagan 50%. Al respecto, pregunte las condiciones que aplica la empresa que usted elija para transportarse.

Sobre hoteles

Ponga especial atención en reservar con tiempo su hospedaje, sobre todo si va a llegar a su destino por la noche, después de un viaje largo o si viaja solo, así no pierde tiempo ni se arriesga buscando habitación. Para dormir tranquilo, le sugerimos lo siguiente:

44. Si usted reservó una habitación sencilla y al llegar no está disponible, el hotel debe ofrecerle diferentes alternativas, sin exigirle un pago extra.

45. Es importante que usted pregunte si hay un cargo por no presentarse a su reservación, así como los horarios para ocupar y desocupar la habitación.

46. Las agencias de viaje y las líneas aéreas tienen convenios con algunas cadenas hoteleras, por lo que pueden ofrecer mejores precios.

47. No se vaya con la finta, muchas veces la diferencia de precio entre un hotel y otro son los servicios o la ubicación, por ejemplo, un hotel con vista al mar cuesta mucho más que uno que no la tiene.

El dinero

Para cuidar su dinero y no excederse en los gastos que planeó realizar durante el viaje:

48. Una calculadora y una libreta de bolsillo pequeñas le serán útiles para controlar sus gastos y no exceder el presupuesto previsto.

49. Asignar una cantidad para cada día y no sobrepasarla es una magnífica manera de limitar los gastos. Si va a comprar moneda extranjera considere el tipo de cambio, pues algunas casas cobran por este servicio. Los cheques de viajero son un buena opción para proteger su dinero.

50. Algunas tarjetas de crédito ofrecen descuento al rentar un auto, asistencia en el camino, etcétera. ¡Aproveche los beneficios!

51. No lo piense dos veces: las identificaciones, tarjetas bancarias, dinero en efectivo, joyas, relojes, cámaras, deben guardarse en la caja de seguridad del hotel. No tenga a la vista objetos ostentosos.

52. Antes de salir de viaje, envíese un correo electrónico con los datos que puedan serle útiles en caso de extraviar, por ejemplo, su tarjeta de crédito. Por supuesto, use alguna clave.

Seguridad ante todo

El riesgo está en todos lados, por eso, tome sus precauciones si decide salir del hotel para ir a conocer lugares distintos a la zona turística

53. Lleve una copia fotostática de su pasaporte, pues en caso de perderlo puede acudir con la copia a la embajada mexicana.

54. Si tiene que subirse a un taxi, aborde los del hotel o pregunte en la recepción en dónde puede conseguir un taxi seguro.

55. Si quiere conocer algún lugar, pregunte si es un sitio sin riegos y por dónde caminar para evadir las calles solitarias o peligrosas.

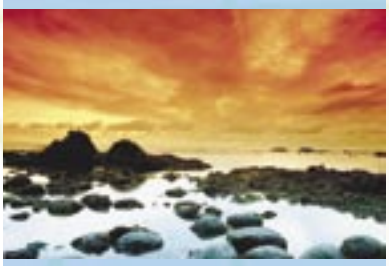
56. No salga solo de noche y, si lo hace, avise en el hotel a dónde va a ir y a qué hora piensa regresar. Siempre asegúrese de no llegar mucho más tarde de lo que dijo.

57. Confíe en las recomendaciones de amigos y familiares, no se arriesgue bajo ningún motivo.

58. Una última recomendación:
¡Disfrute sus vacaciones!

Fuentes Entrevistas con la Lic. Verónica Palavicini Palafox, directora de Educación y Vinculación, Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística, Secretaría de Turismo; Lic. en turismo Guadalupe Cruz y Rocío Rivas Gómez, gerente de ventas de agencia de viajes • Sondeo en agencias de viajes.

"Respete los espacios naturales, su flora, fauna y paisajes, como si fuera el jardín de su casa."



Fotos Archivo

¿Los calvos son atractivos?

La calvicie es el "coco" de los hombres, y si ésta es prematura, peor aún. Pocas situaciones golpean tanto la autoestima de los varones como ver que sus cabellos se quedan adheridos al jabón, enredados en el cepillo o descansando "a sus anchas" sobre la almohada.

Por Adriana Hernández Uresti

¿Qué papá (incluso quien aún no lo es) no desearía como regalo en "su día" algún remedio milagroso que frenara de manera definitiva la pérdida de su cabello? Ni qué decir de la recuperación del ya perdido.

¿Qué es la calvicie o alopecia?

¿Existen remedios contra la calvicie? ¿Son efectivos? Antes de escribir nada sobre las posibles soluciones y su efectividad, veamos qué es la calvicie:

- Médicamente se define como la pérdida abundante y precoz de cabello.
- Se sabe que afecta a cerca del 50% de los hombres mayores de 50 años, aunque cada vez hay más jóvenes (entre 20 y 30 años) que padecen de alopecia prematura.
- Aunque no es un padecimiento exclusivo de los hombres, es menos frecuente entre las mujeres.

Durante un ciclo capilar normal, el cabello crece, descansa y cae con el fin de dejar su lugar a un nuevo cabello de similares características que el anterior, pero cuando existen problemas de alopecia, el nuevo

Foto Archivo

> “El cabello está compuesto por proteínas (28%), lípidos (2%) y agua (70%). La proteína más abundante es la queratina, que representa entre 85% y 90% del peso total del cabello”

Respuestas reveladoras

Del panel de entrevistadas, éste es el número de mujeres que respondieron a preguntas clave:

1 ¿Los hombres con calvicie prematura son menos atractivos que los no calvos?

No: 8

Sí: 4 (aunque lo consideran un aspecto secundario)

Depende de la forma del cráneo: 1

Algunos: 1

2 ¿Rechazarías una invitación a salir porque el pretendiente fuera calvo?

No: 14

3 ¿Crees que a los hombres les preocupa la calvicie? ¿Por qué?

Sí: 14. Porque se consideran menos atractivos y lucen mayores

4 Del 0 al 5 (siendo “0” nada y “5” demasiado, ¿cuánto te preocuparía que tu pareja fuera calvo o tendiera a serlo?

Calificación 0: 10

Calificación 1: 1

Calificación 2: 1 (sólo si la calvicie repercute en sus otras cualidades)

Calificación 3: 2

5 Si tu pareja fuera calvo, ¿le regalarías un tratamiento de transplante de cabello?

No: 11

Sí: 3 (sólo si él lo pidiera)

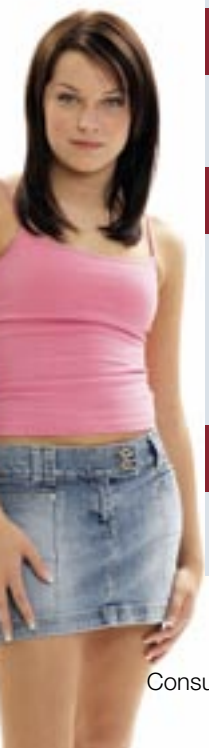


Foto Archivo

cabello es más delgado, crece a un ritmo más lento y su tiempo de vida es más corto que el de su predecesor, así hasta que deja de crecer. Cuanto más pronto inicia este ciclo degenerativo, más severa es la calvicie.

La alopecia tiene diferentes causas: envejecimiento, cambios hormonales, alteraciones psicológicas, fármacos, enfermedades, quemaduras, traumatismos y antecedentes familiares (o alopecia androgénica); este factor hereditario es el motivo más frecuente (99% de los casos). En otras palabras: si su papá fue calvo, es muy probable que usted presente pérdida de cabello y que herede este patrón a sus hijos varones. Cabe mencionar que la alopecia no es causada por mala circulación en el cuero cabelludo, caspa, falta de vitaminas, ni por usar sombreros o gorras.

La calvicie se clasifica en varios tipos:

De patrón femenino. Es común la pérdida de cabello en la frente, los laterales y/o en la coronilla, aunque rara vez se observa la pérdida total de cabello.

De patrón masculino (hereditaria). La pérdida de cabello suele comenzar al frente (las llamadas entradas), a los lados o en la coronilla. Algunos hombres tienen una calvicie localizada o un retroceso continuo de la línea de crecimiento del cabello, mientras que otros pueden quedar totalmente calvos.

Alopecia areata. Se caracteriza por la pérdida repentina de cabello en una zona determinada, generalmente en forma de pequeños círculos. El cabello crece después de varios meses. La causa es desconocida, aunque se asocia a periodos de intenso estrés.

Alopecia tóxica. Suele presentarse después de un episodio de fiebre alta o enfermedad grave. Se asocia a la ingesta de ciertos medicamentos (retinoides y elevadas dosis de vitamina A), así como a enfermedades de la tiroides, cáncer y posparto. Es temporal.

Alopecia cicatrizal. Es común que no crezca el cabello en las zonas donde hay cicatrices, independientemente del origen de las lesiones: quemaduras, heridas, terapia con rayos X o infecciones en la piel.

No hay productos milagrosos

La preocupación por la pérdida del cabello y el desconocimiento son tierra fértil para charlatanes que ofrecen a diestra y siniestra productos “milagrosos“ que“controlan“, “previenen“ o “evitan“ la calvicie.

Que no lo engañen, hasta ahora ninguno de los producto cosméticos existentes, tales como lociones o champús, han demostrado su eficacia, pues sólo son eso, productos de belleza; a veces sirven para complementar tratamientos prescritos, pero por sí solos no son una solución. Por otra parte, los que se ostentan como tratamientos capilares deben cumplir con lo que establece la Ley General de Salud. Es importante que usted identifique las diferencias entre ambos tipos de productos. Averigüe antes de comprarlos.

En el caso de la alopecia androgénica (la más común) hay dos opciones de tratamiento:

Usar medicamentos en una fase temprana del problema, antes de la caída de una buena parte de la cabellera. Las sustancias utilizadas por los especialistas retrasan la caída del cabello y lo hacen un poco más resistente, pero deben tomarse de por vida, y en cuanto se suspende el tratamiento desaparecen también los beneficios.

Transplante de cabello. Se toma cabello de la nuca del paciente (que es diferente al de la parte superior de la cabeza, y también más resistente) y se trasplanta en el área donde ya no hay. Vale la pena mencionar que la técnica tradicional de implantar tiras de cabello, se apoya con la innovación de colocar folículo por folículo. El mayor inconveniente de esta solución sigue siendo el precio.

Para evitar engaños, la recomendación es que las personas que detecten la caída prematura del cabello acudan de inmediato con médicos dermatólogos, de preferencia registrados ante la Academia Mexicana de Dermatología (www.amd.org.mx).

Más que un pelo de menos

La calvicie suele tener efectos negativos en la autoestima de los hombres, que pueden ir desde periodos cortos de ansiedad, cuadros de estrés, hasta depresiones profundas, afirma la psicóloga Lourdes Varela. Esta depresión la padece Arturo G., quien a sus 20 años ya presenta calvicie severa, lo que ha minado su seguridad, pues considera que sin pelo se ve muy mal y "nada atractivo". Arturo teme que su calvicie se convierta en un obstáculo en su vida laboral y lamenta no tener el dinero suficiente para realizarse un trasplante de cabello.

Foto Archivo

Sin un pelo de tonto

En su libro *Vía crucis y redención del calvo* (Editorial Musa Tropical, 2006), el poeta Eric Landrón reflexiona, con una buena dosis de sarcasmo, sobre la condición de ser calvo. No sólo invita a aceptar esta condición y va más allá al plantear la reivindicación (y "superioridad") de los calvos: "a mayor evolución humana, mayor es la alopecia.... Ya que el pelo de la cabeza no cumple ninguna función esencial para nuestra supervivencia como especie, **¿será cierto que los pelones son más inteligentes que los peludos?**".

Aunque los textos pretendían plasmar las desventuras cotidianas de los calvos, víctimas de discriminación en diferentes ámbitos, en el proceso el puertorriqueño Landrón entendió que era "urgente reafirmar la calva del calvo como la única posibilidad de ser feliz en la vida". Calvo prematuro, Eric confiesa que él mismo enfrentó un brutal complejo de inferioridad cuando a los veintitantos años vio que "los pelos de su azotea craneal caían al suelo de su desesperación". Escribir acerca del asunto le sirvió no sólo para aceptar su brillante calva, sino incluso para encontrarle ventajas a la situación, como "ahorrar algunos dólares en la despiadada peluquería" o sentir "la brisa (que) lo acaricia como mujer en celo y enamoradiza".

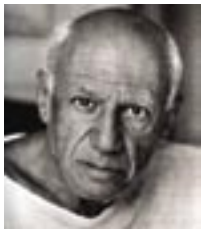
El libro es una combinación de géneros literarios: ensayo, poemas y un cuento. Incluye una "Carta Magna de los calvos Magnos", que señala en su artículo 7 que "Todos los calvos son iguales ante la Ley, sin importar qué tipo de calvicie ostenten"; y "Los diez mandamientos de los calvos", uno de los cuales ordena: "No codiciarás la cabellera de tu próximo ni la mata de pelo de su mujer melenuda". También se puede leer el "Testamento de un calvo orgulloso". Desde las páginas de este libro, Landrón hace una abierta invitación: "Calvos de todo el mundo, uníos", pues "los calvos unidos jamás serán vencidos".

Fuente Entrevista con Eric Landrón • www.notilatino.com/id145.htm

Calvos famosos

La cantidad de cabello nada tiene que ver con el talento y la inteligencia, aquí algunos ejemplos de calvos:

José Martí, poeta


Pablo Picasso, pintor

Alfred Hitchcock, cineasta

Pablo Neruda, poeta

Yul Brynner, actor

"Magic" Jonson, deportista

Alfonso Reyes, escritor

Bruce Willis, actor

Luis Buñuel, cineasta

Un "manita" de pintura

La dermopigmentación es una técnica basada en el tatuaje de la piel, se utiliza para disimular defectos o lesiones como cicatrices, discromías (diferentes tonos de epidermis) e incluso en la alopecia. La pigmentación suele ser dolorosa y a veces irregular.

Fuente: www.wikipedia.com

La especialista comenta que más allá de la percepción personal, hay estudios que evidencia la discriminación hacia las personas con alopecia, "por ejemplo, en España un calvo tiene 25% menos de probabilidades de conseguir un empleo que alguien sin este problema". Aunque acepta que hay profesiones donde la calvicie puede ser un obstáculo (aquéllas donde la imagen es muy importante), el verdadero problema no es la falta de cabello, sino la baja autoestima e inseguridad que este padecimiento provoca en algunos hombres.

Mario, de 24 años, sabe de esto. La caída comenzó a los 19 años, pero fue hasta que tenía las entradas muy profundas que le prestó atención. Ante las burlas de sus conocidos decidió cortarse el pelo muy chiquito, y siempre que podía usaba gorra para disimular la alopecia: "Me fui acomplejando cada vez más, con frecuencia estaba angustiado y triste".

Además de acudir a un dermatólogo, Lourdes Varela recomienda a los hombres que les preocupa su calvicie que acudan con un terapeuta para trabajar su autoestima si ésta se encuentra afectada.

¿Menos atractivos?

Uno de los principales temores de los hombres con alopecia es parecer menos atractivos para el sexo opuesto. Pero, ¿saben ellos qué opinan las mujeres de sus calvas? Sin ánimo de competir con el INEGI, realizamos un pequeño sondeo entre 14 mujeres, cuyo rango de edad va de los 20 a los 40 años (vea el recuadro "Respuestas reveladoras").

De acuerdo con las respuestas de este mini sondeo, poco más de la mitad de las entrevistadas no considera que un hombre con calvicie prematura sea menos atractivo por este simple hecho; cuatro creen que sí, pero incluso éstas piensan que es un aspecto secundario.

Lo interesante es saber que ninguna de las 14 mujeres rechazaría una invitación a salir sólo porque el pretendiente tenga poco pelo. Y todas creen que la alopecia sí les preocupa a los hombres, principalmente porque "ellos mismos se consideran menos atractivos y pueden parecer mayores de edad de lo que son".

Lo cierto es que a casi dos terceras partes de las encuestadas no les preocuparía que su pareja fuera calvo o tendiera a serlo. Y si ésta fuera la situación,

sólo tres de las entrevistadas pensarían en regalarle a su novio o esposo un tratamiento de trasplante de pelo, en caso de que él lo pidiera.

Para estas mujeres, más que la falta de cabello, es la inseguridad en sí mismos, la baja autoestima, lo que las alejaría de un pretendiente con problemas de alopecia. Las entrevistadas coinciden en que es más importante lo que ellos tengan "dentro, que fuera" de la cabeza.

Lejos de causarles conflicto, tres de las encuestadas afirmaron que prefieren a los hombres que usan el pelo a rapa, sin importar que sea por gusto o necesidad. Sin "pelos en la lengua" y con exclamaciones de agrado estas mujeres citaron algunos ejemplos de calvos sexys: Bruce Willis, Vin Diesel, André Agassi, Manuel Landeta y el infaltable Sean Connery.

Lejos de la farándula, por moda o sincero gusto, la suerte a veces favorece también a los calvos de a pie. Por ejemplo, Roberto comparte sin empacho su experiencia: tras aceptar su calvicie prematura (situación nada fácil) decidió raparse y, contrario a lo que él pensaba, este cambio en su apariencia hizo que las mujeres se fijarán más en él.

Pero ojo, en lo que sí coincidieron todas las encuestadas, es en que algunos "remedios" para disimular la calvicie resultan peores que la misma falta de cabello. Fueron realmente duras las opiniones sobre usar peluquín, dejarse largo el cabello que aún tienen, cubrir la calva con el cabello restante (generalmente el de los lados y la nuca) o pintar la calva; los calificativos fueron de "qué mal gusto", "desafortunado", "terrible", "ridículo" hasta "patético". La mejor solución, según las 14 mujeres, es raparse, y no faltó quien sugiriera el uso de una loción astringente para evitar el brillo.

Por todo lo anterior, si usted padece de calvicie prematura y ha utilizado sin éxito cuanto remedio le han recomendado, ¿por qué no acepta el reto de lucir una digna calva? No crea que esta propuesta es una broma, es una abierta invitación a aceptarse tal como es, pues sólo así desaparecerán sus temores de ser rechazado, y entonces tal vez sí, siendo un hombre seguro de sí mismo, se manifestará lo atractivo que realmente puede ser.

Fuentes: Entrevista con la psicóloga Lourdes Varela, y con el dermatólogo Ulises Mendiola, de la Clínica Alicia • *Diccionario MSD.Manual Merck. Información médica para el hogar* • www.amd.org.mx

"Se considera normal la pérdida diaria de entre 50 y 100 cabellos"

Foto Archivo

space

PDAS

Computadoras de mano

Con un costo accesible, estos aparatos son tan versátiles y poderosos que caben en la palma de una mano y se usan con un pequeño lápiz óptico sobre una pantalla sensible al tacto, con lo cual usted puede acceder a cientos de contactos (nombres, direcciones, teléfonos), atender su agenda y correos electrónicos, manipular archivos de texto, hojas de cálculo, hacer presentaciones e incluso reproducir música en MP3. Analice esta información y decida qué modelo le conviene más.

Foto José Rodríguez

Los PDAs (*personal digital assistance* o *handheld*, por sus siglas en inglés) y los *smartphones* (PDAs con función de teléfono celular para quien requiere estar siempre conectado) pueden usarse con o sin conexión a una computadora, dependiendo de las necesidades personales. Sin embargo, su utilidad aumenta cuando se usan como una extensión para llevar consigo la información almacenada en la computadora.

Todos estos aparatos ofrecen un buen número de opciones de conexión, programas, juegos y accesorios. No obstante, existen dos categorías de PDAs y smart-phones definidas por el tipo de sistema operativo que usan, el Microsoft Windows Mobile® 5 y el Palm OS® 5.4 Garnet, pero todos ofrecen la misma funcionalidad, aunque a través de programas distintos. Conviene adelantar que dependiendo del sistema operativo que incluya el PDA o smartphone, serán distintos los programas para pasar la información (sincronizar) de y hacia la computadora; de igual forma, se debe tener cuidado de que los programas y accesorios que se adquieran por separado sean compatibles con dicho sistema.

El estudio

Para el presente estudio se analizaron seis modelos pertenecientes a dos marcas de PDAs, y tres modelos de smartphones correspondientes a dos marcas compatibles con proveedores nacionales de servicio telefónico celular. Todos los modelos son de importación y se comercializan en territorio nacional. Tanto los PDAs como los smartphones fueron sometidos a las siguientes pruebas:

Foto Archivo

Foto José Rodríguez

Foto Archivo

Desempeño como PDA

Se determinó la capacidad del PDA para realizar de manera rápida la edición de un documento de texto compatible con MS Word, y de hojas de cálculo compatibles con MS Excel, así como el uso de sus funciones básicas: agregar o modificar los datos de contactos (nombres, teléfonos, direcciones de correo electrónico, etc.), establecer citas o eventos, visualización de correo electrónico, etc. Para las funciones básicas, todos los modelos ofrecen una capacidad aceptable.

Desempeño de smartphones

No se evaluó el desempeño como teléfono celular debido a que no se dispone de la infraestructura necesaria para realizar las pruebas correspondientes.

Foto Archivo

Calidad de audio

Se midieron cuatro parámetros que permitieron establecer la calidad con que se reproduce la música en la salida para audífonos: la cantidad de distorsión en las frecuencias audibles y su adecuada intensidad (respuesta en frecuencia), el ruido eléctrico que provoca el amplificador de audio y la determinación de qué tanto se evita la mezcla de sonidos de los canales derecho e izquierdo. Sólo el modelo Z22 de Palm carece de salida de audio, por lo que no se le aplicó esta prueba.

Visibilidad de la pantalla bajo luz natural intensa

En espacios cerrados todos los modelos permiten leer y acceder con facilidad a la información presentada en la pantalla sensible al tacto, pero en espacios abiertos, bajo la luz del sol, ninguna ofrece una fácil lectura. Para proporcionar al consumidor un punto de referencia, un panel de consumidores evaluó todos los modelos y ayudó a establecer si la visibilidad bajo estas condiciones de iluminación es "alta" (más fácil de ver) o "baja" (cuando existe dificultad para ver la información).

Autonomía de la batería

Se midió el tiempo máximo de uso del PDA o smartphone al realizar de manera continua las acciones establecidas en la prueba de desempeño, habilitando para ello el máximo brillo en su pantalla y reproduciendo música a intervalos cortos de tiempo, evitando que entrara en modo de ahorro de energía. Esta prueba se reporta sólo como referencia, ya que la duración de la batería puede variar dependiendo de los hábitos de uso del usuario.

Información al consumidor

Todos los equipos deben incluir un instructivo de uso. Se verificó también que la etiqueta informara sobre el tipo de producto, la marca, modelo y características de alimentación eléctrica. Las garantías debían estar en español e indicar sus alcances y restricciones. Todos los modelos de este estudio cumplieron con la normatividad aplicable, por lo que esta prueba no se indica en la tabla de resultados.

Atributos

Con una computadora personal de escritorio o portátil se comprobó que los modelos ofrecieran una correcta sincronización de correo, contactos, archivos de música MP3, documentos de texto, hojas de cálculo, fotos, video, etc. También se usaron las funciones de conexión inalámbrica por Wi-Fi en los modelos que lo ofrecen: conectividad y sincronización a un servidor de correo y acceso inalámbrico a internet. Para mejor referencia, se ofrece una tabla con las funciones, características físicas, de conexión y accesorios que presenta cada modelo.

Sobre la evaluación

Al evaluar los PDAs y smartphones se usaron los siguientes criterios:

Desempeño como PDA. Un modelo calificado como **excelente (E)** le ofrece la mejor respuesta (rapidez) para editar y realizar búsquedas en documentos y hojas de cálculo grandes y complejas, aun estando activos varios programas. Son la mejor opción para la reproducción de música MP3 y videos. **Muy bien (MB)** implica que el equipo ofrece una respuesta más lenta al trabajar con varias aplicaciones al mismo tiempo; de igual forma, la edición y búsqueda de información en archivos complejos es más lenta. No obstante lo anterior, son aptos para la reproducción de música MP3 y videos. **Bien (B)** significa que sólo ofrece funcionalidad para los programas PIM básicos (agenda, contactos, etc.), ya que por su diseño no es recomendable para ver y/o editar archivos de Word, Excel y PowerPoint o similares.

Audio. Considere que se trata de equipos que no son de alta fidelidad, sin embargo, los que califican como **Excelente (E)** ofrecen calidad similar a la de los mejores reproductores portátiles de música MP3. Los modelos calificados con **muy bien (MB)** le ofrecen una calidad de audio aceptable; la diferencia entre éstos y los primeros sólo la notará si usted es un audiófilo con oído entrenado.

Computadoras de mano

Marca / Modelo / País de origen / Tipo	Sistema operativo / Puertos inalámbricos / Resolución (pixeles) y tamaño (pulgadas) de pantalla	Visibilidad de la pantalla bajo luz natural intensa	Autonomía de la batería (horas y minutos)	Desempeño como PDA	Audio	Evaluación global
Hewlett Packard / iPAQ hw6945 / Taiwan / PDA-Smartphone	Windows Mobile 5 / Wi-Fi y Bluetooth / 240x240 3”	Alta	5 h 22 m	E	E	**E**
Palm / Tréo 700WX / Taiwan / PDA-Smartphone	Windows Mobile 5 / Bluetooth / 240x240 2.4”	Alta	7 h 28 m	E	E	**E**
Palm / TIX / China / PDA	Palm OS 5.4 / Wi-Fi y Bluetooth / 320x480 3.8”	Alta	5 h 25 m	E	MB	**MB**
Hewlett Packard / iPAQ rx4540 / China / PDA	Windows Mobile 5 / Wi-Fi y Bluetooth / 240x320 2.8”	Baja	4 h 12 m	E	MB	**MB**
Hewlett Packard / iPAQ rx4240 / China / PDA	Windows Mobile 5 / Wi-Fi y Bluetooth / 240x320 2.8”	Baja	5 h 17 m	E	MB	**MB**
Palm / Tréo 680 / Taiwan / PDA-Smartphone	Palm OS 5.4 / Bluetooth / 320x320 2.4”	Alta	5 h 03 m	MB	MB	**MB**
Palm / LifeDrive / China / PDA	Palm OS 5.4 / Wi-Fi y Bluetooth / 320x480 3.8”	Alta	3 h 51 m	MB	MB	**MB**
Palm / Tungsten E2 / China / PDA	Palm OS 5.4 / Bluetooth / 320x320 3”	Alta	6 h 20 m	MB	MB	**MB**
Palm / Z22 / China / PDA	Palm OS 5.4 / no presenta / 160x160 2.4”	Baja	8 h 38 m	B	no aplica *	**B**

* Este modelo no cuenta con salida de audio ni bocina interna

E = Excelente **MB** = Muy bien **B** = Bien

Fotos José Rodríguez

Quién es Quién en los precios

Precios de computadoras de mano (PDAs)
(Precios levantados del 27 de marzo al 11 de abril de 2006)

Ciudad de México				León				Morelia			
Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda	Precio mínimo o único	Tienda	Precio máximo	Tienda
8,999	Office Max y Office Depot	10,149	Sanborn's	8,999	Office Max y Office Depot	9,999	Fábricas de Francia y Liverpool	8,999	Office Max y Office Depot	10,371	Pc Mart Servicio de Computo
11,909	Fábricas de Francia y Liverpool										
4,139	Office Max	4,800	Orlando Martínez	4,229	Office Depot	4,659	Liverpool	4,139	Office Max	4,659	Fábricas de Francia
4,848	Sam's Club	5,599	El Palacio de Hierro	4,949	Office Depot	5,760	Versionti	4,949	Office Depot	5,696	Pc Mart Servicio de Computo
2,969	Office Depot	3,699	Sears	2,969	Office Depot	4,730	Versionti	2,969	Office Depot		
6,399	Sears	6,649	Sanborn's	6,399	Sears	6,580	Versionti	6,399	Sears	6,657	Pc Mart Servicio de Computo
5,500	Orlando Martínez	6,599	Fábricas de Francia, Liverpool y Sears	5,899	Office Max	6,599	Liverpool, Fábricas de Francia y Sears	5,700	Plaza de la Tecnología	6,599	Fábricas de Francia y Sears
(1) 2,969	Office Max	3,407	Roberto González	3,100	Versionti	3,349	Fábricas de Francia,Liverpool	2,969	Office Max	3,349	Fábricas de Francia
(2) 2,700	Orlando Martínez	3,239	Sanborn's	3,059	Office Depot			2,990	Computodo	3,076	Pc Mart Svcio. de Computo
1,169	Sam's Club	1,598	Roberto González	1,295	Chedraui	1,594	Bodega Aurrerá	1,349	Office Depot	1,539	Hiper Lumen

(1) Paquete con teclado inalámbrico
(2) No incluye teclado
Nota: La dirección de los establecimientos que se muestran en el cuadro, así como los precios recopilados en otras ciudades, los podrá consultar llamando al 5625-6700 ext. 1621, de 9:00 am a 4:00 pm o mediante un correo a quienesquien@profeco.gob.mx.

Atributos de computadoras de mano

			Principales										Multimedia						Alimentación		
Marca / Modelo	Dimensiones (alto x ancho x profundidad en cm)	Peso (gramos)	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	b1	b2	b3	b4	b5	b6	c1	c2	c3
Hewlett Packard iPAQ hw6945 ❖	11.7x7.4x2.0	177	√		128	45	64		√	GSM +EDGE ▼		√	1.3	√	√	√	√	√	√		√
Hewlett Packard iPAQ rx4540	10.2x6.4x1.7	119	√		128	1 GB	64	√			√					√	√	√	√		
Hewlett Packard iPAQ rx4240	10.2x6.4x1.8	119	√		128	64	64	√			√					√	√	√	√		
Palm Tréo 700WX ❖	11.3x5.9x2.3	175	√			60	128	√		G3 CDMA ▼	√		1.3	√	√	√	√	√	√		
Palm Tréo 680	11.3x5.9x2.0	158	√	√		64	64	√		GSM			0.3	√	√	√	√	√	√		
Palm TIX	12.1x7.8x1.5	148	√	√		100	128	√			√	√		√			√			√	
Palm LifeDrive ❒	12.2x7.3x2.0	193	√	√		64	4GB	√			√	√		√		√	√			√	
Palm Tungsten E2	11.4x7.6x.1.4	148	√	√		26	32	√				√		√			√			√	
Palm Z22 ●	10.3x6.8x1.5	91	√	√		20	32					√								√	

Foto José Rodríguez

Principales

a1 Compatible con Microsoft Windows 2000 (SP4) / XP
a2 Compatible con Apple Mac OS X
a3 XX MB de memoria ROM para el sistema y aplicaciones
a4 XX MB de memoria ROM para archivos del usuario
a5 XX MB de memoria RAM
a6 Ranura para memoria SD (Secure Digital), MMC (Multimedia Card) y SDIO
a7 Ranura para memoria miniSD
a8 Tecnología de telefonía celular (Smartphone)
a9 Pantalla con posibilidad de verse horizontal o verticalmente
a10 Cubierta protectora o estuche

Multimedia

b1 Cámara digital de XX Mega pixeles
b2 Reproducción de video
b3 Grabación de video (baja resolución)
b4 Micrófono integrado para grabación de voz
b5 Salida estéreo para audífonos y bocina integrada
b6 Audífonos

Alimentación

c1 Batería recargable de ion-litio extraíble
c2 Batería recargable de ion-litio no extraíble
c3 Base de conexión a la PC con cargador de batería

NOTAS:

* **Además, todos los modelos cuentan con**: teclas o botones de navegación, cargador de batería, puerto y cable USB para sincronización, lápiz óptico y un año de garantía.
* Para compatibilidad con Mircrosoft Windows Vista: lea el recuadro "Compatibilidad con Microsoft Windows Vista y el Apple Mac OS X"
❖ Preparada para funcionar como GPS (se requiere adquirir por separado los mapas de México). Pueden aplicar cargos para este servicio.
▼ Se puede usar como módem inalámbrico
❒ Funciona como unidad USB extraíble
● No puede reproducir música MP3. No es recomendable su uso para trabajar con archivos de MS Word, MS Excel o presentaciones.

Foto Archivo

Recomendaciones de compra

- **Cuando compare modelos con Microsoft Windows Mobile versus modelos basados en Palm OS, tenga en cuenta que la cantidad de memoria requerida para que los programas funcionen adecuadamente difiere sobremanera**: mientras que para Palm OS un buen valor son 32 MB de memoria RAM, para MS Windows Mobile son deseables 64 MB porque sus aplicaciones son más demandantes.

- **Si no necesita conectarse a una red inalámbrica mediante Wi-Fi, no es esencial que el modelo de su elección disponga de este puerto** (suele ser más costoso por este atributo). La opción de conexión por Bluetooth (menos costosa), le permitirá conectarse fácil e inalámbricamente a su computadora y a teléfonos celulares con Bluetooth instalado.

- **Los proveedores de servicio de telefonía celular ofrecen el servicio a distintos modelos de smartphones, por ello es importante verificar cuáles modelos funcionan con determinado proveedor y cuáles no**. En la tabla de atributos le decimos cuáles son compatibles con Telcel (GSM) y cuál con Iusacell (3G). Estos proveedores también ofrecen distintos planes para que pueda contar con acceso inmediato a cuentas de correo electrónico de su empresa a través de su red de telefonía celular; de esta forma no requerirá actualizar forzosamente su correo hasta que sincronice el smartphone con su computadora.

- **Tenga muy presente evaluar las dimensiones, forma y peso** del modelo de PDA o smartphone de su elección: algunos modelos le resultarán más ergonómicos que otros.

- **Existen muchos accesorios disponibles para los PDA's y smartphones** en tiendas de cómputo en internet y para oficinas: mini teclados, memorias, programas, etc., por lo que puede complementar la funcionalidad de su equipo según sus necesidades.

- **Si desea hacer presentaciones desde su PDA en forma inalámbrica** –empleando Bluetooth– **hacia un proyector (cañón), considere el siguiente ejemplo**: puede adquirir el accesorio iGo Pitch Duo (http://www.igo.com/default.asp) en conjunto con los programas QuickPoint y QuickDisplay disponibles en los siguientes sitios: http://www.mobilityelectronics.com/handheld/support/app_palm.htm y en http://www.mobilityelectronics.com/handheld/support/presentation.htm). Aunque no es barata, esta solución es muy versátil para quien así lo requiere. Pero es importante que usted no olvide verificar la compatibilidad con su modelo de PDA o smartphone.

Recomendaciones de uso

- Para instalar correctamente los programas ofrecidos, cargar adecuadamente la batería y en general hacer un buen uso de su PDA, **no deje de consultar el instructivo**.

- Es deseable adquirir las micas protectoras que se adhieren a la pantalla del PDA o smartphone, esto **para evitar que se raye o maltrate excesivamente por el uso del lápiz óptico**.

- **No deje el PDA o smartphone en áreas expuestas a la luz solar directa**, ni la exponga a la lluvia o humedad.

- **No utilice su PDA en áreas donde esté prohibido el uso de aparatos electrónicos.**

Foto Archivo

Foto José Rodríguez

Smartphones Blackberry y Sony

No fueron incluidos en el estudio debido a que carecen de un atributo importante y necesario para realizar una adecuada comparación con el resto de los modelos analizados: la capacidad de ver y/o editar archivos de Word, Excel y PowerPoint o similares. Además, su uso se centra exclusivamente en la capacidad de funcionar como teléfono celular con aplicaciones básicas PIM (agenda, contactos, tareas, etc.) y capacidad de sincronizar correo electrónico con proveedores de este servicio en internet. Otra importante diferencia con los modelos analizados en el estudio, es que éstos no vienen preparados para sincronizar correo electrónico dentro de una red privada –como el que ofrecen distintas empresas a sus empleados; para lograrlo, un programador debe diseñar el *software* necesario.

Compatibilidad con Microsoft Windows® Vista Y Apple Mac OS® X

Si desea instalar el sistema operativo Microsoft Windows(r) Vista en su computadora personal y no sabe si su PDA o smartphone funcionará adecuadamente, considere lo siguiente:

- Para los equipos con Microsoft Windows Mobile(r) 5 deberá descargar e instalar en su computadora el nuevo programa Microsoft Windows Mobile Center(r) 6 (gratuito en el sitio http://www.microsoft.com/windowsmobile/devicecenter.mspx), que suple al Microsoft ActiveSync(r) empleado en las versiones de Microsoft Windows(r) XP y 2000.
- Para los modelos basados en el Palm OS(r) 5.4 Garnet, sólo tendrá que instalar la actualización 4.2 del programa Palm Desktop(r) (gratuito en el sitio http://www.palm.com/us/support/windowsvista/).
- Si usted cuenta con una computadora Apple(r) con el sistema operativo Mac OS(r) X y su PDA o smartphone cuenta con el sistema Palm OS(r), el programa Palm Desktop(r) incluido en su aparato le permitirá sincronizarlo satisfactoriamente; sin embargo, si desea sincronizar modelos con Microsoft Windows Mobile(r) 5 deberá adquirir por separado el programa The Missing Sync for Windows Mobile(r) v3.0.1 de Mark Space (disponible en el sitio http://www.markspace.com/missingsync_windowsmobile.php), el cual es compatible con computadoras Apple(r) con procesadores IBM PowerPC(r) o Intel Core(r).

Foto José Rodríguez

Glosario

Archivos MP3. Son archivos de música que se han comprimido mediante el sistema de compresión MPEG Audio Layer 3.

GB (gigabyte). Equivale a 1000 MB.

MB (megabyte). Unidad de medida de la cantidad de espacio en una memoria.

Memoria RAM (random access memory, de acceso aleatorio**)**. Memoria donde se pueden almacenar archivos de datos del usuario y correr programas. A mayor cantidad de memoria RAM es posible tener más archivos abiertos al mismo tiempo o guardar más información.

Memoria ROM (read only memory, de sólo lectura**)**. Es la memoria principal, donde se almacena el sistema operativo.

Puertos de conexión. Circuitos electrónicos que permiten comunicar al PDA o smartphone con otros aparatos como computadoras, teléfonos celulares, impresoras, cámaras digitales, etc. A continuación se explican los principales puertos:

USB (universal serial bus). Se emplea para sincronizar el PDA con la computadora mediante un cable USB incluido.

Bluetooth. Transmisión inalámbrica por radiofrecuencia entre aparatos electrónicos que cuenten con tarjeta bluetooth. Tiene un alcance de hasta 10 metros.

WLAN (Wireless Local Area Network). Red de computadoras que se conectan entre sí a través de frecuencias de radio. Estas redes son empleadas especialmente en grandes centros de trabajo.

Wi-Fi (Wireless Fidelity). Conexión inalámbrica por radiofrecuencia con un alcance de hasta 100 metros, la cual se emplea principalmente para tener acceso a una red de cómputo WLAN o a una conexión inalámbrica internet. En México existen puntos de acceso Wi-Fi llamados "Hot spot" en algunas tiendas y restaurantes, que le permiten ingresar a internet dentro de sus instalaciones (se pueden aplicar cargos por este servicio).

Ranuras y memorias de expansión. Espacio que ofrece el PDA para insertar una tarjeta de memoria electrónica que permite disponer de mayor espacio para grabar archivos de datos, música MP3 o programas. Cada tipo de memoria debe coincidir con la ranura (slot) del PDA en la que se insertará ésta.

Resolución de la pantalla. Cantidad de puntos de imagen (pixeles) que pueden visualizarse en la pantalla del PDA. Se indica como la cantidad de puntos horizontales contra la cantidad de puntos verticales.

Resolución de la cámara digital. Cantidad de puntos de imagen (pixeles) que pueden capturarse cuando el PDA o smartphone funciona como cámara digital; suele expresarse en millones de pixeles (megapixeles).

Sincronización. Función que permite transferir de o hacia el PDA o smartphone la información y archivos de una computadora portátil o de escritorio. Cada vez que usted altere un contacto o cita, este cambio se verá reflejado en su computadora al momento de realizar la sincronización.

Sistema operativo. Programa principal que le proporciona funcionalidad básica al PDA o smartphone. Define qué tipo de programas pueden usarse en estos aparatos (los programas diseñados para funcionar con el sistema operativo Palm OS no pueden instalarse y usarse en equipos con sistema operativo Microsoft Windows Mobile o viceversa).

Conclusiones

Dado que los PDAs y smartphones vienen con alguno de los dos sistemas operativos ya mencionados, Microsoft Windows Mobile® 5 o Palm OS® 5.4 Garnet, es muy importante considerar las diferencias entre éstos al momento de elegir un modelo. Le recomendamos tener en cuenta los siguientes aspectos:

- A pesar de que con el tiempo puede aprenderse a dominar ambos sistemas operativos, el Palm OS es más fácil de usar. La navegación entre las distintas funciones en los modelos con Microsoft Windows Mobile resulta menos sencilla, y ejecutar tareas como dar formato a un archivo de texto es más laborioso.
- En cuanto a introducir información al PDA (texto y números), Microsoft Windows Mobile ofrece más opciones que el Palm OS, ya sea que se empleen trazos para escribir las letras y números, o que se use directamente el teclado en pantalla.
- Ambos sistemas operativos cuentan con las aplicaciones PIM (programas para organización de información, por sus siglas en inglés) necesarias para manejar satisfactoriamente contactos, citas, notas, alarmas, tareas, etcétera.
- La sincronización de correo entre una computadora y el PDA o smartphone es más versátil en Palm OS, ya que ofrece no únicamente la sincronización con el programa de correo MS Outlook, sino también con servidores de correo gratuito en internet como Yahoo! Mail. En contraste, Microsoft Windows Mobile sólo se sincroniza con MS Outlook, mismo que incluyen como parte de sus accesorios (no obstante, es posible adquirir por separado el *software* necesario para lograr la misma funcionalidad).
- Al ser el PDA o smartphone una extensión de la computadora, ambas opciones ofrecen soluciones para llevar consigo sus archivos de trabajo. Microsoft Windows Mobile ofrece los programas Word Mobile y Excel Mobile, mientras que la marca Palm ofrece en la mayoría de sus modelos con sistema operativo Palm OS el programa Documents To Go para ofrecer compatibilidad con archivos de MS Word y MS Excel. Considere que en ambos casos, estos programas son versiones sencillas que no cuentan con todas las opciones de formato de texto, fórmulas y gráficos que se encuentran disponibles en la suite Microsoft Office debido a las restricciones de memoria y desempeño inherentes a este tipo de aparatos.
- Debido a su tamaño y diseño, estos aparatos ofrecen pantallas sensibles al tacto muy pequeñas, por lo que es deseable seleccionar un modelo cuyo tamaño de pantalla sea lo más grande posible para facilitar la introducción de información; en este sentido destaca el modelo **hw6945 de Hewlett Packard**, que cuenta con una pantalla de 3 pulgadas y un teclado integrado que no quita espacio visible en la pantalla. De igual manera los modelos **T|X** y **LifeDrive** de **Palm** ofrecen pantallas más grandes con 3.8 pulgadas aunque su teclado y área de trazos es en pantalla. En cambio los modelos **iPaq rx4240** y **rx4540** de **Hewlett Packard** cuentan con pantalla de 2.8 pulgadas que al hacer uso del teclado o del área de trazos dejan muy poco espacio libre para ver la aplicación que se está usando. El modelo **Z22** de **Palm** trae por separado el área de trazos y su pantalla de menor resolución es la más pequeña (2.4 pulgadas).
- En ambos sistemas operativos la configuración de acceso inalámbrico por Wi-Fi a internet y a un servidor de correo en una red WLAN no es sencilla, se requiere de la asistencia de la gente de soporte de red que provee el servicio.

Foto Archivo

Ficha técnica

Periodo del muestreo:
23 de enero a 23 de febrero de 2007
Realización del estudio:
19 de enero a 30 de marzo de 2007
Marcas / modelos analizados:
2 / 9
Pruebas / ensayos realizados:
60 / 1190

Normatividad

Para la elaboración del presente estudio de calidad se consideró la siguiente normatividad:
NOM-024-SCFI-1998. Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.
NOM-019-SCFI-1998. Seguridad de equipo de procesamiento de datos.
NOM-008-SCFI-2002. Sistema General de Unidades de Medida.
Procedimientos internos de prueba del Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México, o escriba a laboratorio@profeco.gob.mx. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet: www.profeco.gob.mx

PDAs, en resumen

¿Tecnología a manos llenas?

Aunque todas las computadoras de mano obtuvieron buenas calificaciones, la diferencia en precio la hacen los atributos. Para una mejor inversión, analice qué funciones realmente necesita de su PDA, aunque vale señalar que cualquiera de los productos analizados cumple suficientemente su función como asistente personal digital.

Para los apuntes

Si quien va a utilizar el PDA es alguien que no requiere más que organizar satisfactoriamente sus contactos, citas, tareas, trabajar en Word y escuchar música, esta sería una buena opción:

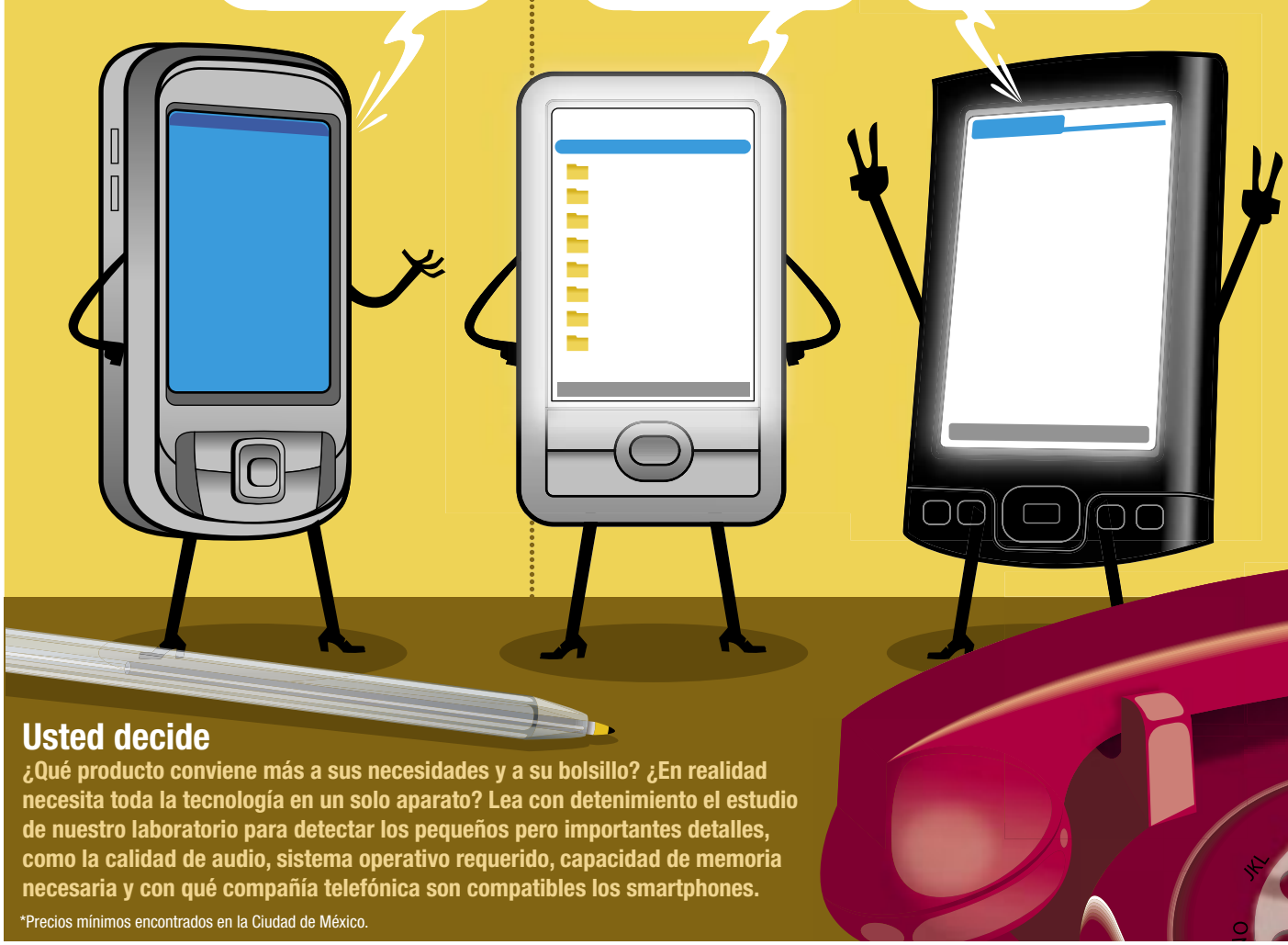
Hewlett Packard iPAQ rx4540 / PDA
Calidad: Muy buena
Desempeño como PDA: Excelente
Precio: $ 2,969*

Los más "apantallantes"

Para poder manejar mayor información, uno de los aspectos importantes a considerar es el tamaño de la pantalla, por lo que es conveniente elegir un modelo con pantalla lo más grande posible. En este aspecto destacan:

Palm / LifeDrive / PDA
Calidad: Muy buena
Tamaño de pantalla: 3.8'
Precio: $5,500

Palm / TX / PDA
Calidad: Muy buena
Tamaño de pantalla: 3.8'
Precio: $4,139



Usted decide

¿Qué producto conviene más a sus necesidades y a su bolsillo? ¿En realidad necesita toda la tecnología en un solo aparato? Lea con detenimiento el estudio de nuestro laboratorio para detectar los pequeños pero importantes detalles, como la calidad de audio, sistema operativo requerido, capacidad de memoria necesaria y con qué compañía telefónica son compatibles los smartphones.

*Precios mínimos encontrados en la Ciudad de México.

El más barato

Existe un modelo que, aunque parece el más austero, cumple bien con las funciones básicas de un PDA y, además, es el que más autonomía de batería tiene: más de ocho horas y media. Para quienes pueden prescindir del teléfono, cámara digital y música, todo en uno, entre otros atributos, esta es la mejor opción:

Palm / Z22 / PDA
Calidad: Buena
Desempeño como PDA: Bueno
Precio: $ 1,169

¿Para los ejecutivos?

Si usted es del tipo de persona que requiere estar comunicado todo el tiempo, y contar con las mejores funciones que un PDA y un celular pueden ofrecer, todo en uno, lo que necesita es un PDA-smartphone. Pero en comparación con los PDAs "simples", los precios son muy altos en este tipo de productos (hasta $11,909). Piense bien si lo que necesita es algo así, y decida. (Verifique la tabla de atributos de estos productos en la página 48.)

Infografía Oldemar

Cremas comestibles

¿Sabía usted que para ser auténtica, la crema debe contener por lo menos 30% de grasa de leche de vaca? ¿Que existen productos que sustituyen la grasa de la leche por grasa vegetal? ¿Que hay cremas *light* que no son tan *light*? Aquí, toda la verdad sobre la crema de su preferencia.

Foto José Rodríguez

La normatividad indica que la denominación "crema" es aplicable sólo a las cremas con grasa de leche, y que cuando se les adiciona grasa vegetal deben ostentarse como "crema vegetal".

Por tradición la crema se obtiene de la capa de grasa que se forma en la parte superior de la leche, después de que ésta ha estado un tiempo en reposo. Sin embargo, en los últimos años la industria de los derivados lácteos ofrece al consumidor, además de cremas comestibles obtenidas de la grasa de la leche, otras con grasa vegetal y, más aún, que contienen espesantes, emulsionantes, colorantes y aromatizantes que permiten potenciar el sabor y simular la textura; incluso existen marcas que utilizan estos aditivos para reemplazar la grasa, o que incluyen almidón, que aunque no está permitido en la elaboración de las cremas de leche, se encontró en algunas marcas analizadas en el presente estudio.

La normatividad indica que la denominación "Crema" es aplicable sólo a las cremas con grasa de leche, y que cuando se les adiciona grasa vegetal deben ostentarse como "Crema vegetal".

La normatividad también establece que, para denominarse "crema", el producto debe tener un mínimo de 30% de grasa de leche; de igual forma, las nombradas "medias cremas" y "cremas ligeras" no deben de contener menos de 20% y 14% de grasa, respectivamente.

Sin ser la excepción, también se encontraron cremas que ofrecen el atractivo comercial de ser "light" o "lite", con contenidos de grasa que varían de 15% a 19%, los cuales corresponderían a una "crema ligera" o "crema reducida en grasa" con una reducción de aproximadamente 50% respecto al producto denominado "crema". Más aún, las cremas vegetales carecen de especificaciones de calidad, lo que ha generado desorden en el mercado, pues mientras algunas contienen 9% de grasa y 0.2% de proteína, otras tienen 25% de grasa y 3% de proteína.

En cuanto al proceso de elaboración, las cremas pueden ser para batir, acidificadas o fermentadas (cultivadas); estas dos últimas tienen un sabor ácido, pero la diferencia radica en que mientras una crema fermentada se elabora sólo en presencia de cultivos de bacterias lácticas, la acidificada tiene agentes acidulantes y puede contener bacterias lácticas.

Foto José Rodríguez

Foto José Rodríguez

Foto José Rodríguez

El estudio

El presente estudio comprendió el análisis de 43 marcas de productos denominados crema y cinco de los denominados crema vegetal, todas comercializadas en el Distrito Federal, muchas de ellas presentes en el mercado nacional. Los productos comprendieron muestras adquiridas en diversos puntos de venta, para lo cual se verificó que estuvieran dentro de la fecha de caducidad, en refrigeración y en empaques cerrados que no presentaran deterioro.

Para evaluar la calidad de las cremas se les sometió a las siguientes pruebas:

Información al consumidor. Se verificó que los productos estuvieran debidamente etiquetados y que ostentaran claramente su denominación como crema. Cuando en su elaboración se utilizó grasa diferente a la de la leche, debían ostentarse como crema vegetal. Todos los productos debían declarar su contenido neto y el contenido de grasa, así como marca, lote y fecha de caducidad, razón social, nombre y domicilio del fabricante o comercializador, y el proceso térmico al que el producto fue sometido (pasteurizado, ultrapasteurizado o esterilizado). Se revisó que la información fuera veraz y no confundiera al consumidor.

Calidad sanitaria. Se hicieron pruebas microbiológicas para asegurar la inocuidad del producto, es decir, se determinó la ausencia de microorganismos patógenos y de microorganismos indicadores de manejo sanitario deficiente.

Composición. En todos los productos se determinaron los contenidos de proteína y grasa, verificando su cumplimiento con lo declarado en la etiqueta. Asimismo se comprobó que el tipo de grasa correspondiera al ostentado y que su contenido cumpliera con los requisitos de la normatividad. Con respecto a las cremas vegetales, por la carencia de especificaciones, la evaluación se efectuó únicamente con base en la veracidad de la información y aporte nutrimental detectado en el análisis.

También se verificó que en las cremas acidificadas la acidez no fuera menor a 0.5% expresada como ácido láctico, de acuerdo con lo establecido en la normatividad.

Presencia de almidón. Fue determinada en todos los productos, toda vez que es un ingrediente no permitido en la elaboración de cremas de leche. Se comprobó que en ocasiones se utiliza como sustituto de la grasa, y aunque no existe ninguna reglamentación que prohíba el uso de almidones en las cremas con grasa vegetal, también se verificó su presencia en estos productos. Las tablas de resultados muestran las marcas en las que el almidón fue detectado.

Normatividad

NOM-185-SSA1-2002. Productos y servicios. Mantequilla, cremas, producto lácteo condensado azucarado, productos lácteos fermentados y acidificados, dulces a base de leche. Especificaciones sanitarias.
NOM-002-SCFI-1993. Contenido neto. Tolerancias y métodos de verificación.
NOM-051-SCFI-1994. Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados.
Reglamento de Control Sanitario de Productos y Servicios.

Ficha técnica

Periodo del estudio: 15 de febrero a 10 de abril de 2007
Periodo de muestreo: 15 de febrero a 2 de abril de 2007
Marcas analizadas: 48
Pruebas realizadas: 4,470

Crema de leche

Marca* / Denominación / Presentación / Proceso	Tipo	Grasa promedio (%) declarada/ verificada (±1%)	Proteína promedio (%) declarada/ verificada (±0.5%)	Fallas detectadas en información comercial, y/o calidad sanitaria	Costo por 100 g	Evaluación
Al-día / Crema / 200 g y 450 g / Pasteurizada	Crema	30 / 30	2.1 / 2.2	----------	$2.55	E
Alpura / Crema acidificada / 200 ml / Pasteurizada	Crema acidificada	30 / 29	2.0 / 2.2	----------	$ 2.45	E
Alpura / Crema entera no acidificada / 250 ml / Ultrapasteurizada	Crema no acidificada	30 / 31	2.2 / 2.2	----------	$3.10	E
Aurrera / Crema acidificada / 200 ml / Pasteurizada	Crema acidificada	30 / 31	2.0 / 2.1	----------	$2.60	E
Great Value / Crema acidificada / 200 ml y 450 ml / Pasteurizada	Crema acidificada	30 / 32	2.0 / 2.2	----------	$2.75	E
Lyncott / Crema para batir / 500 ml / Pasteurizada	Crema para batir	30 / 32	3.0 / 2.5	----------	$3.55	E
Nestlé Carnation / Crema / 225 g / Esterilizada	Crema	30 / 31	--- / 1.9	----------	$4.20	E
Santa Clara / Crema / 450 ml / Pasteurizada	Crema	30 / 31	2.2 / 2.0	----------	$3.55	E
Yoplait / Crema acidificada / 440 ml / Pasteurizada	Crema acidificada	30 / 30	1.5 / 1.9	----------	$2.75	E
Gloria / Crema / 1 l / No declara	Crema	30 / 30	1.3 / 2.2	Su información es incompleta***.	$3.15	MB
Del Rancho / Crema Fresca Orgánica / 500 g / Pasteurizada	Crema	30 / 30	2.1 / 2.5	Usa la denominación “Crema Fresca Orgánica” que no está considerada para las cremas.	$5.70	MB
Esmeralda / Crema acidificada / 250 g / Pasteurizada	Crema acidificada (cultivada)	30 / 30	--- / 1.6	Tuvo menos de la acidez requerida.	$2.25	MB
D'Calidad Chedraui / Crema acidificada / 450 ml / Pasteurizada	Crema acidificada	30 / 31	2.0 / 2.2	Tuvo hasta 6% menos del contenido neto declarado.	$2.20	B
Aguascalientes / Crema / 240 g / Pasteurizada	Crema	34 / 33	2.0 / 1.8	Una muestra tuvo 3% menos del contenido neto declarado y 4% menos grasa de lo declarado.	$3.50	B
Los Volcanes / Crema acidificada / 450 ml / Pasteurizada	Crema acidificada	25 / 24	2.5 / 2.6	No declara ni contiene el 30% mínimo de grasa para denominarse crema, además una muestra tuvo 2% menos grasa de lo declarado.	$2.40	B
Lala / Crema / 200 ml / Pasteurizada	Crema acidificada	25 / 24	2.5 / 2.7	No declara ni contiene el 30% mínimo de grasa para denominarse crema, además una muestra tuvo 2% menos grasa de lo declarado.	$2.50	B
Lala Squeeze / Crema acidificada / 300 ml / Pasteurizada	Crema acidificada	25 / 23	2.5 / 2.7	No declara ni contiene el 30% mínimo de grasa para denominarse crema, además una muestra tuvo 4% menos grasa de lo declarado.	$3.25	B
Chipilo / Crema natural, crema espesa / 475 g / Pasteurizada	Crema	30 / 30	1.8 / 2.5	Tuvo hasta 18% menos del contenido neto declarado y usa las denominaciones “Crema natural”, “Crema espesa” que no están consideradas para las cremas.	$2.55	B
La Suiza / Crema / a granel / No declara	Crema	20 / 27	28 / 1.0	No declara ni contiene el 30% mínimo de grasa para denominarse crema, además excede hasta con 32% la grasa declarada, contiene almidón, ostenta erróneamente el % de proteína y su información es incompleta***.	$2.20	R
Lyncott / Crema entera / 500 g y 240 g / Pasteurizada	Crema	30 / 31	2.0 / 2.1	Una muestra presentó indicadores de mal manejo sanitario, además tuvo hasta 9% menos del contenido neto declarado.	$3.15	R
Teresita Especial / Crema / A granel / No declara	Crema	--- / 29	--- / 1.0	Una muestra presentó indicadores de mal manejo sanitario, contiene almidón y su información es incompleta***.	$2.10	R
Huapalcalco / Crema / A granel / Pasteurizada	Crema	18 / 31	28 / 0.8	Una muestra presentó indicadores de mal manejo sanitario, además no declara el 30% mínimo de grasa para denominarse crema, excede por mucho (hasta con 72%) la grasa declarada, contiene almidón y declara erróneamente el % de proteína.	$1.85	P
La Vaquita Verde / Crema / A granel / No declara	Crema	27 / 41 y 19	21 / 0.5	No declara ni contiene el 30% mínimo de grasa para denominarse crema, contiene almidón y presenta variaciones en la grasa (por arriba y por abajo) hasta por 48% de lo declarado. Además ostenta erróneamente el % de proteína y su información es incompleta***.	$1.80	P
D'Chelino´s / ----------** / A granel / No declara	---------**	--- / 34	--- / 0.5	Una muestra presentó indicadores de mal manejo sanitario, además contiene almidón y usa erróneamente un etiquetado para “queso”.	$1.75	P
La Pilarica / Crema / A granel / Pasteurizada	Crema	36 / 46	--- / 1.6	Presentó indicadores de un mal manejo sanitario y excede por mucho (hasta con 30%) la grasa declarada.	$2.60	P
El Mexicano / Crema / A granel / No declara	Crema	30 / 27	--- / 0.6	Presentó indicadores de mal manejo sanitario, contiene almidón y una muestra tuvo 13% menos grasa de lo declarado. Además su información es incompleta***.	$2.05	P

E = Excelente **MB** = Muy bien **B** = Bien **R** = Regular **P** = Pobre

* Todas son hechas en México
** Usa una denominación errónea “queso”
*** Se refiere a que no ostenta proceso térmico (pasteurización, ultrapasteurización o esterilización) y/u otro requisito de información obligatoria

Media crema, crema ligera y crema reducida en grasa (de leche)

Marca* / Denominación / Presentación / Proceso	Tipo	Grasa promedio (%) declarada/ verificada (±1%)	Proteína promedio (%) declarada/ verificada (±0,5%)	Fallas detectadas en información comercial, y/o calidad sanitaria	Costo por 100 g	Evaluación
Alpura / Crema acidificada reducida en grasa / 200 ml / Pasteurizada	Crema acidificada reducida en grasa	15 / 15	2.8 / 3.3	----------	$2.90	E
Golden Hills / Media crema / 250 ml / Ultrapasteurizada	Media crema	20 / 20	2.0 / 2.2	----------	$2.35	E
Lala / Media crema / 250 ml / Ultraspasteurizada	Media crema	25 / 25	2.3 / 2.8	----------	$2,75	E
Lala *light* / Crema acidificada reducida en grasa / 250 ml y 450 ml / Pasteurizada	Crema acidificada reducida en grasa	15 / 14	3.2 / 3.7	----------	$2.30	E
Nestlé / Media Crema / 225 g / Esterilizada	Media crema	25 / 26	--- / 2.1	----------	$3.90	E
Nestlé Carnation / Crema *light* (crema reducida en grasa) / México / 225 g / Esterilizada	Crema reducida en grasa	15 / 17	2.1 / 2.5	Es reducida en grasa, pero excede el contenido de grasa declarado.	$4.40	MB
Noche Buena Lite / Crema acidificada reducida en grasa / 500 g / Pasteurizada	Crema acidificada reducida en grasa	19 / 20	3.0 / 2.5	Es reducida en grasa, pero excede el contenido de grasa declarado en una muestra. No tuvo la acidez requerida.	$5.30	B
Borden / Crema agria / 453 g / No declara	Crema cultivada	17 / 17	3.3 / 2.8	No declara ni contiene el 30% mínimo de grasa para denominarse crema, además contiene almidón. Su información es incompleta*** y usa la denominación de "Crema agria" que no está considerada para las cremas.	$6.80	B
D'Calidad Chedraui / Crema reducida en grasa, acidificada *light* / 450 g / Pasteurizada	Crema reducida en grasa acidificada	15 / 18	2.0 / 2.7	Es reducida en grasa, pero excede el contenido de grasa declarado. Contiene almidón.	$2.55	B
Chipilo / Crema semiespesa, Media crema acidificada / 510 g / Pasteurizada	Media crema acidificada	20 / 19	2.0 / 2.5	Tuvo menos de la acidez requerida, contiene almidón y usa la denominación "Crema semiespesa" que no está considerada para las cremas.	$3.05	B
Chipilo / Crema semiespesa / 250 ml / Pasteurizada	Media crema acidificada	20 / 20	--- / 2.5	Tuvo hasta 11% menos del contenido neto declarado, Una muestra tuvo menos de la acidez requerida, contiene almidón y usa la denominación "Crema semiespesa" que no está considerada para las cremas.	$3.65	B

* Todas son hechas en México con excepción de la Borden que es de E.U.

Foto José Rodríguez

Crema y media crema vegetal

Marca* / Denominación / Presentación / Proceso	Tipo	Grasa promedio (%) declarada/ verificada (±1%)	Proteína promedio (%) declarada/ verificada (±0,5%)	Fallas detectadas en información comercial	Observaciones	Costo por 100 g	Evaluación
Básicos / Media crema con grasa vegetal / 250 ml / Ultraspasteurizada	Media crema vegetal	--- / 25	--- / 3.1	----------	No declara contenido de grasa.	$2.20	E
Rancherita / Crema ligera vegetal baja en grasa y 0% colesterol / 1200 ml / Pasteurizada	Crema ligera vegetal	14 / 14	2.0 / 2.0	Una muestra tuvo 3% menos contenido neto declarado.	Dice no tener colesterol y por la naturaleza del producto no lo contiene.	$1.60	B
Camelia / Crema vegetal / 1 kg / No declara	Crema vegetal	12 / 12	--- / 1.5	Presenta la imagen de una vaca induciendo a pensar que es crema láctea.	Contiene almidón y menos proteína que las demás. No declara proceso térmico al que fue sometida.	$1.05	R
Gina / Crema vegetal ligera / 1 kg / Pasteurizada	Crema vegetal ligera	28 y 14 / 15	2.2 / 0.7	Tuvo hasta 43% menos grasa y 45% menos proteína de lo declarado y presenta dos declaraciones de grasa y una no la cumple.	La presencia de almidón es alta y tuvo menos proteína que las demás.	$1.05	P
El Sabino San José / Crema vegetal / 17 kg / Pasteurizada	Crema vegetal	30 / 9	---- / 0.2	Tuvo hasta 67% menos grasa de lo declarado.	La presencia de almidón es alta y tuvo menos grasa y proteína que las demás.	$0.35	P

* Todas son hechas en México

E = Excelente | **MB** = Muy bien | **B** = Bien | **R** = Regular | **P** = Pobre

Productos engañosos: se ostentan como cremas pero son cremas vegetales

Marca* / Denominación / Presentación / Proceso	Tipo	Grasa promedio (%) declarada / verificada (±1%)	Proteína promedio (%) declarada / verificada (±0,5%)	Fallas detectadas en información comercial, y/o calidad sanitaria y/o veracidad de información	Costo por 100 g
Lyncott / Crema ácida reducida en grasa / 400g / Pasteurizada	Crema ácida reducida en grasa	16 / 16	2.1 / 3.1	Presenta Grasa Vegetal y contiene almidón.	$2.40
El Ciervo / Crema / A granel / Pasteurizada	Crema	26 / 22	2.5 / 2.0	Presentó grasa vegetal, contiene almidón y tuvo hasta 11% menos grasa de la declarada,	$2.25
Cortés / Crema / A granel / No Declara	Crema	--- / 35	--- / 1.5	Presentó grasa vegetal y tuvo en una muestra indicadores de mal manejo sanitario, contiene almidón y su información es incompleta**.	$2.00
Chilchota / Crema acidificada / 1 kg / Pasteurizada	Crema acidificada	38 y 30 / 34	2.0 / 2.3	Presentó grasa vegetal, tuvo en una muestra 8% menos grasa de la declarada, ostenta dos declaraciones de grasa y una no la cumple	$2.40
Chilchota / Crema acidificada / 4 kg / Pasteurizada	Crema acidificada	32 y 30 / 32	6.0 y 2.0 / 2.5	Presentó grasa vegetal, tuvo en una muestra 50% menos proteína de la declarada, ostenta dos declaraciones de proteína y grasa y una no la cumple.	$2.40
Lupita / Crema acidificada / 1kg / Pasteurizada	Crema acidificada	24 / 25	2.0 / 27	Presenta grasa vegetal, tuvo en una muestra 2% menos del contenido neto declarado, contiene almidón y resalta la palabra crema induciendo a pensar que es una crema láctea.	$1.80

* Todas son hechas en México con excepción de Cortés que no indica país de origen
** Se refiere a que no ostenta proceso térmico (pasteurización, ultrapasteurización o esterilización) y/u otro requisito de información obligatoria

Conclusiones

- Se detectaron productos que se ostentan como cremas de leche y contienen grasa vegetal; algunos la declaran y otros no, pero todos están en falta. Las marcas son **El Ciervo**, **Cortés**, **Chilchota**, **Lupita** y la crema ácida reducida en grasa **Lyncott**.
- Por incumplir con el contenido mínimo de grasa (30%), las marcas **Borden, El Mexicano**, **Lala**, **Lala Squeeze**, **La Suiza**, **La Vaquita Verde** y **Los Volcanes** usan indebidamente la denominación crema, pues en realidad se trata de medias cremas o cremas ligeras.
- La crema **La Vaquita Verde** incurre en otra falla significativa: entre lote y lote su contenido de grasa es muy variable (un producto tuvo 19% y otro hasta 41%), lo que evidencia que el control del proceso deja mucho que desear.
- No obstante que el almidón es un ingrediente no permitido en la elaboración de cremas de leche, se detectó en las cremas **Borden**, **D'Chelino's**, **D'Calidad Chedraui** (reducida en grasa), **El Mexicano**, **Huapalcalco**, **La Suiza**, **La Vaquita Verde**, **Lyncott** (reducida en grasa), **Teresita especial** y en la media crema **Chipilo**, así como en **El Ciervo**, **Cortés** y **Lupita**; estas tres últimas son marcas que se ostentan como cremas, sin serlo.
- En cuanto a la calidad sanitaria, los resultados del estudio mostraron que no existen problemas microbiológicos que representen un riesgo a la salud, a pesar de que en algunos productos se detectaron problemas de manejo (vea la tabla de resultados).
- Con respecto al etiquetado, se constató que las marcas B**orden**, **Del Rancho** y reiteradamente **Chipilo** en los diferentes tipos de crema que comercializa, no se apegan a las denominaciones establecidas en la normatividad, usando otras como: "crema agria","crema fresca orgánica","crema natural espesa"o "crema semiespesa-media crema". También se encontró que la etiqueta de la crema vegetal **Camelia** utiliza indebidamente la imagen de una vaca, lo que induce a error pues se puede pensar que el producto se obtiene de la leche.
- En cuanto a la veracidad de la información ostentada en las etiquetas, se encontró que varios de los productos analizados no cumplieron con los contenidos netos de grasa o proteína declarados. Las marcas en mayor falta fueron la crema **Huapalcalco** y las cremas vegetales **El Sabino San José** y **Gina**.
- De las cremas vegetales, las peores fueron **El Sabino San José** y **Gina**, ya que además de no cumplir con lo declarado, la presencia de almidón es alta y su contenido de proteína es notablemente bajo.
- Para complementar la información, las tablas correspondientes incluyen el precio promedio por 100 g de cada uno de los productos adquiridos.

Se detectaron productos que se ostentan como cremas de leche y contienen grasa vegetal; algunos la declaran y otros no, pero todos están en falta.

Recomendaciones

- **Antes de adquirir estos productos verifique la fecha de caducidad.** Asegúrese de que se encuentren en refrigeración, que los envases estén bien cerrados y en perfectas condiciones.
- **Recuerde que en lácteos se ha detectado que no todos los productos *light* tienen poca grasa**, por lo que es necesario revisar la etiqueta, particularmente los porcentajes de grasa e ingredientes que se declaran.
- **Tenga en cuenta que aunque a primera vista pareciera que los productos con poca grasa tienen una disminución significativa, la adición de espesantes o estabilizantes pueden aumentar el contenido de carbohidratos**, por lo que la diferencia en el aporte calórico del producto no necesariamente es menor (revise los ingredientes y el aporte calórico del producto).
- Tenga en cuenta que en el mercado existen las cremas que tienen grasa de leche y las que contienen grasa vegetal. **Recuerde que las de leche aportan colesterol; téngalo en cuenta por si usted no debe incluirlo en su dieta**.

Foto José Rodríguez

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2060 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México, o escriba a laboratorio@profeco.gob.mx. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet: www.profeco.gob.mx

Cremas comestibles, en resumen

Cremas… ¿batidas?

¡Otra vez los lácteos! Como ya casi es costumbre, existe un gran desorden en el mercado de estos productos, por lo que si usted desea ponerle buena crema a sus tacos, más vale que esté atento al momento de elegir y que lea bien las etiquetas: guíese por la marca, por el tipo de crema y por el contenido neto.

Todo a su favor

De 48 productos analizados, nueve son excelentes, con precios que oscilan entre $2.45 y $4.20 por 100 gramos. Elija cualquiera de las siguientes marcas de acuerdo con su economía y, claro, por el sabor, teniendo toda la confianza de que son auténtica crema (con grasa que proviene de la leche de vaca):

¿Y las calorías?

En general, las medias cremas y cremas reducidas en grasa salieron bien evaluadas. Sin embargo, tenga en cuenta que no todas las cremas que tienen menos grasa aportan menos calorías. La adición de espesantes o estabilizantes puede aumentar el contenido de carbohidratos, con el consecuente incremento en el aporte calórico. Lea cuidadosamente la etiqueta.

¿Cómo salió mi crema?

¿Su marca favorita no es de las mejor evaluadas? ¿Dice ser crema y no es auténtica crema? ¿Dice ser light y no lo es tanto? Lea muy bien las etiquetas y compare precios. Para mayor información, consulte las tablas de nuestro estudio en las páginas 58 a 60.

¡Las que nos engañan!

Por ostentarse como cremas auténticas (con grasa de leche) cuando en realidad contienen grasa vegetal, estas marcas engañan al consumidor, por eso ni las calificamos. Que el deshonor caiga sobre ellas:

Cremas vegetales: ¡el caos!

Al carecer de especificaciones de calidad, las llamadas cremas o medias cremas vegetales (que de ningún modo provienen de la leche de vaca) presentan grandes variaciones en cuanto al contenido de grasas y proteínas. Si usted tiene que vigilar su ingesta de colesterol, estas cremas son una opción. Sin embargo, cabe señalar que dos cremas salieron bien "batidas" en este desorden; evidencia de lo anterior es su pésima calidad:

¿Light a medias?

No olvide que los productos reducidos en grasa tienen aproximadamente 50% menos grasa con respecto al producto original (crema).

Infografía Oldemar

Tacos de nopal con camarón

Foto José Rodríguez

Hacer un uso inteligente de la energía eléctrica se traduce en un ahorro para la economía familiar, además de contribuir con el mejoramiento ecológico de la comunidad

El hombre ha procurado, desde que pudo manipular el medio que lo rodeaba, lograr una calidad de vida que se traduzca en poco esfuerzo y comodidad. Sin embargo, en esta carrera por hacerse la vida más sencilla, ha olvidado que existen riesgos ecológicos que ponen en peligro su estancia en el planeta. Los recursos le parecen ilimitados, así que no escatima en utilizarlos sin medida.

Ahorra energía y paga menos en tu recibo de luz

suscríbete

Pediatría • Adolescentes • Salud para Él y Ella • En Plenitud • Nutrición • Mente Sana • Suplemento especial enfermedades gastrointestinales • Mente Sana • Forma • Salud Financiera • En pareja • En Forma • Reportajes y ¡Mucho Más!

Llama al: 5515 3818 o escríbenos a: suscribete@ganarsalud.com

Métodos anticonceptivos

Vaya a la segura

Foto archivo

Por Alma Rosa Guerrero

Hoy las parejas eligen de entre una amplia gama de métodos anticonceptivos aquel que les permite evitar los embarazos no planificados y tener el número de hijos que desean, en el momento que prefieran. Sin embargo, antes de tomar una decisión, lo primero es conocer bien las opciones y determinar cuál es el método que se adapta mejor a cada situación y estilo de vida.

Foto archivo

Hace apenas 40 años, hablar del número de hijos que se quería tener era por demás inútil. Las alternativas de control natal, como ahora las conocemos, no existían. Su desarrollo se inició durante la década de los 60, debido a que el aumento de la población global empezó a preocupar a prácticamente todos los gobiernos del mundo. Todavía en 1976, la Encuesta Mexicana de Fecundidad de ese año reveló que en nuestro país las mujeres tenían en promedio seis hijos.

En México, son muchos los factores económicos, sociales, culturales y religiosos que han intervenido en las conductas reproductivas de la población. No obstante, en las últimas décadas el gobierno ha difundido las ventajas que representa espaciar y limitar la descendencia, encaminando sus acciones y programas a promover el derecho a decidir libremente sobre el número de hijos (el cual se encuentra incluido en el Artículo 4º Constitucional), elegir un método de control natal y disfrutar el ejercicio de la sexualidad de manera responsable.

Meta alcanzada: dos hijos por mujer

De hecho, a tres décadas de que se pusiera en marcha el Programa de Planificación Familiar, los resultados son muy satisfactorios. Al respecto, la doctora María del Carmen Cravioto Galindo, investigadora en ciencias médicas del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán, y consultora de la Organización Mundial de la Salud (OMS), enfatiza: "En términos de reducción de la fecundidad los logros de este programa son excelentes. La meta era disminuir el número de hijos por mujer a 2.1 y actualmente es de 2.2. México ya está dentro de la meta internacional en materia de planificación familiar. Es un cambio social muy importante, logrado en relativamente poco tiempo".

El principal reto, señala la especialista, es mejorar la calidad de los métodos anticonceptivos, ampliar su gama, reducir sus costos y garantizar el acceso a ellos: "Hasta ahora ningún método es perfecto ni totalmente accesible. Todavía hay zonas en nuestros país en las que las opciones para elegir son limitadas", agrega.

Asunto de mujeres

De acuerdo con el II Conteo de Población y Vivienda 2005 (INEGI), en México hay 27.8 millones de mujeres en edad fértil (entre los 15 y 49 años de edad), cifra que representa el 52.5% del total de ellas en el país. De éstas, una de cada tres mujeres se encuentra entre los 20 y 29 años, edades señaladas como las de mayor fecundidad en México.

Entre 1987 y 2006, el número de hijos de las mexicanas se redujo de 3.8 a 2.2. Los resultados de la última Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica (ENADID 2006) indican que la cobertura en el uso de métodos anticonceptivos pasó de 51.7% en 1987, a casi 71% en 2006, lo cual ha favorecido el descenso de la natalidad.

Foto archivo

Cuáles prefieren ellas

Por otro lado, es importante destacar que el uso de métodos de control natal se encuentra relacionado con la situación conyugal de las mujeres, pues generalmente las que están casadas o viven en unión libre tienen mayor actividad sexual y, por tanto, mayores posibilidades de convertirse en mamás.

Cifras del INEGI revelan que las mujeres entre 30 a 49 años de edad que viven en pareja usan principalmente métodos definitivos: seis de cada 10 mujeres han recurrido a la oclusión tubaria bilateral (OTB), como se le conoce técnicamente a la operación femenina para no tener hijos, mientras que las que tienen entre 15 y 29 años prefieren el dispositivo intrauterino (DIU) en una proporción de cuatro mujeres por cada 10. Cabe señalar que entre las mujeres más jóvenes se observa una mayor participación de sus parejas en el control natal a través del uso de preservativos.

Métodos anticonceptivos temporales

¿Usted y su pareja desean prevenir los embarazos o espaciarlos? Le describimos los métodos anticonceptivos de barrera y los hormonales, pero no se incluyen los definitivos (oclusión tubaria bilateral y vasectomía, en mujeres y hombres, respectivamente) ni los llamados naturales, como son el ritmo y el coito interrumpido.

Sin embargo, es necesario acudir con personal de salud capacitado para solicitar información y asesoría adecuada a cada caso, pues factores como la edad, las condiciones físicas (embarazos previos, posparto, periodo de lactancia), enfermedades (diabetes, obesidad, padecimientos cardiovasculares, presión alta, cáncer, migraña, infecciones de transmisión sexual, entre otras), e incluso hábitos como el tabaquismo, son determinantes para decidir cuál es el método más adecuado. Pasar por alto estos factores implica un riesgo de adoptar un método que pudiera afectar la salud de la mujer.

Con el fin de orientar a futuros usuarios, a continuación mostramos en qué consisten estos métodos anticonceptivos, cómo se utilizan, cuán eficaces son (eficacia establecida a partir de los embarazos que se presentan en un año, aunque las parejas usen correcta y consistentemente el método) y su costo aproximado. Todos ellos están disponibles en farmacias y a través de los módulos de planificación familiar del sector salud.

Anticoncepción a la mexicana

En México las mujeres entre 15 y 49 años utilizan los métodos de control natal en los siguientes porcentajes:

Oclusión tubaria bilateral (OTB):	**43.9%**
Dispositivo intrauterino (DIU):	**20.6 %**
Pastillas:	**10.6%**
Ritmo:	**7.8%**
Preservativos:	**5.3%**
Inyecciones:	**4.5%**
Vasectomía:	**1.9%**
Espermicidas:	**0.2%**

Fuente *Mujeres y hombres en México 2007*, décimo primera edición (INEGI, 2007)

Métodos de barrera

Se llaman así porque mediante un mecanismo físico crean un bloqueo que impide la entrada del esperma al útero. Se consideran de barrera:

Foto archivo

Preservativo masculino o condón

Es una funda de látex muy fina y resistente que cubre totalmente al pene impidiendo que el semen de la eyaculación se aloje en la vagina. La Organización Mundial de la Salud (OMS) recomienda su uso en cada acto sexual cuando se corre el riesgo de embarazo no planificado o de contraer una infección de transmisión sexual (ITS), pues es el único método anticonceptivo que proporciona esta doble protección. Existen diversos tamaños y presentaciones.

Eficacia: Moderadamente eficaz.

Como se usa: Se coloca antes de la penetración desenrollándolo desde la punta del pene en erección hasta la base.

Costo promedio:
Durex c/3: $36
Sico c/3: $33.50 a $88
Trojan c/3: $37 a $44
Prudence c/3: $17.50 a $27

Espermicidas

Tienen una doble acción, por un lado el ingrediente activo o agente espermicida inmoviliza o mata a los espermatozoides y, por el otro, la emulsión que contiene la sustancia activa forma una barrera que bloquea la apertura del cuello de la matriz. Por sí solos tienen muy poca eficacia, por lo que deben utilizarse con otros métodos. Aunque existen en forma de crema, gel y óvulos vaginales, éstos últimos son los más comunes en México.

Eficacia: No muy eficaz.

Como se usa: Se introducen en la vagina minutos antes de tener relaciones sexuales. Al disolverse se convierte en un líquido espeso que inmoviliza a los espermatozoides y bloquea su entrada al útero.

Costo promedio:
Sin A Gen c/3 óvulos: $42 y
c/12 óvulos: $91

Foto archivo

Preservativo femenino

Es una funda de poliuretano, más ancha que el masculino, y provista de un anillo rígido de unos 10 cm de diámetro en el extremo abierto, y de un segundo anillo más estrecho situado en el interior del preservativo. En México se comercializa la marca Femy en *sex shops*, condonerías y algunas farmacias.

Eficacia: Moderadamente eficaz.

Como se usa: El anillo interno se pliega entre la mano y se introduce a través de la vagina. Es necesario asegurarse de que ha quedado completamente extendido con el anillo interno rodeando el cuello uterino y el externo extendido fuera de los genitales.

Costo promedio: Femy: $70

Métodos hormonales

Evitan la ovulación y, por tanto, previenen el embarazo de manera temporal y reversible. Pueden ser combinados o de progestágeno solo. Los anticonceptivos combinados se pueden administrar por varias vías: oral, inyectable, transdérmica (parche) o intravaginal (anillo vaginal). Los de progestágeno solo se encuentran como pastillas, inyectables o implantes subdérmicos. Dentro de esta categoría se consideran los siguientes:

Foto archivo

Dispositivo intrauterino (DIU)

Consiste en un pequeño aparato de plástico y metal (ya sea cobre o plata y cobre) en forma de T que se coloca en el útero y altera el movimiento de las trompas de Falopio, dificultando la fecundación. Algunos tienen una pequeña cantidad de progestágeno (sinónimo de progestina) en lugar del metal.
Eficacia: Muy eficaz.
Como se usa: Su colocación debe estar a cargo de un médico, preferentemente ginecólogo. Sirve por periodos de uno a 10 años, por lo que se recomienda que periódicamente el ginecólogo revise su estado.
Costo promedio: En las unidades médicas del sector salud colocar el DIU de cobre es gratuito, sin importar si se es o no derechohabiente. El dispositivo que contiene el progestágeno llamado levonorgestrel (Mirena) cuesta alrededor de $1,500 más honorarios del médico en la consulta privada.

Orales

Se conocen comúnmente como píldoras y son compuestos de hormonas sintéticas similares a las naturales de la mujer (estrógenos y progesterona). Al ingerirlas, la hipófisis (en el cerebro) deja de mandar órdenes al ovario para que produzca dichas hormonas, por lo que el ovario queda en reposo y no hay ovulación, tampoco fecundación ni embarazo. La mayoría de los anticonceptivos orales son combinados que contienen un estrógeno (generalmente etinil-estradiol) y un progestágeno sintético. En la actualidad se recomienda que la dosis de etinil-estradiol (nombre genérico) sea de 35 mcg o menos. Un número reducido de anticonceptivos orales corresponde al tipo de progestágeno solo.
Eficacia: Muy eficaz.
Como se usa: Los combinados se venden generalmente por cajas de 21 tabletas, aunque también hay presentaciones de 28 (incluyen una semana de placebo). Debe tomarse una tableta cada día hasta terminar la caja. Si es de 21 tabletas hay que esperar una semana para empezar una nueva, independientemente de los días en que se presente la menstruación. Si es de 28 tabletas no hay periodo de descanso.
Costo promedio:
Combinados
Belara c/21 tabletas: $209
Gynovin c/21 grageas: $200
Marvelon c/21 tabletas: $125
Mercilon c/21 tabletas: $168
Microgynon c/21 grageas: $75
Minesse c/28 grageas: $194
Minulet c/21 grageas: $175
Novial C/21 grageas: $214
Nordet C/21 tabletas: $89
Yazmin c/21 grageas: $238

Progestágeno solo
Se venden únicamente en cajas de 28 tabletas y se toman ininterrumpidamente. Pueden producir alteraciones de la menstruación o falta de ella.
Los productos son:
Cerazette c/28 grageas: $170
Exluton c/28 tabletas: $93.60

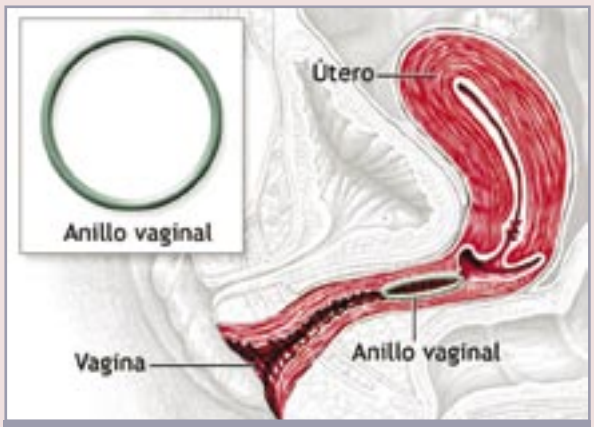


Foto hjm.hih.gov/medlineplus/framing.html

Anillo vaginal

Es un anillo flexible y transparente con 54 mm de diámetro y un grosor de 4 mm que libera lentamente dosis bajas de dos hormonas (progestágeno y estrógeno). Se coloca una vez al mes dentro de la vagina.

Eficacia: Muy eficaz.

Cómo se usa: La mujer puede colocárselo por sí misma en el día apropiado y dejarlo en la vagina durante tres semanas exactas. Transcurrido ese tiempo lo retira con los dedos y espera una semana completa (durante la cual se presentará la menstruación), para luego introducir un anillo nuevo.

Costo promedio:

Nuvaring: $250

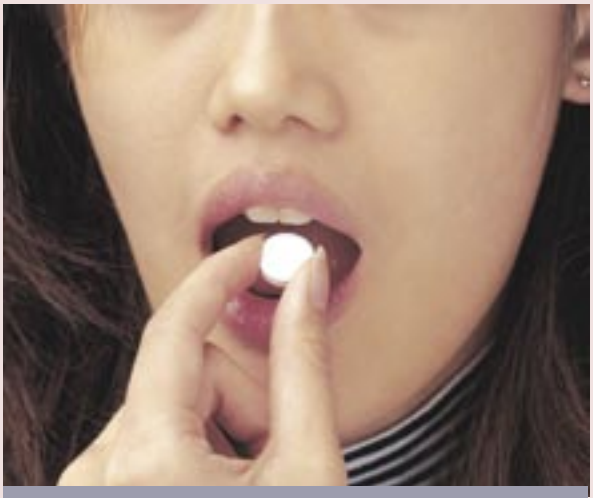


Foto archivo

Píldora del día siguiente

También llamada píldora anticonceptiva de emergencia, inhibe o retarda la ovulación y altera la movilidad de los espermatozoides impidiendo que fecunden el óvulo. Se ha descartado que sea abortiva pues no tiene la capacidad de interrumpir un embarazo. La píldora sólo actúa cuando el óvulo aún no ha sido fecundado. La OMS recomienda 1.5 mg de levonorgestrel (nombre genérico) administrado en una sola dosis.

Eficacia: Muy eficaz.

Cómo se usa. Se recomienda cuando se han tenido relaciones sexuales sin protección, si falló el método anticonceptivo, se suspendió, o en caso de violación. Se debe tomar dentro de las primeras 72 horas después de la relación sexual, pero es más efectiva cuando ha transcurrido poco tiempo desde la reación sexual. No resulta eficaz cuando la mujer ya está embarazada, pues el óvulo fecundado ya se implantó en el útero. Bajo ninguna circunstancia se recomienda como opción anticonceptiva regular.

Costo promedio:

Glanique 2 comprimidos: $125

Postinor 1 tableta: $147

Fuentes Entrevista con la doctora María del Carmen Cravioto Galindo, investigadora en ciencias médicas y coordinadora de la Clínica de Salud Reproductiva del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición "Salvador Zubirán" • Criterios médicos de eligibilidad para el uso de métodos anticonceptivos, 3ª edición, Organización Mundial de la Salud, 2003 • Precios de medicamentos obtenidos del Catálogo de Productos Alfabético, Fármacos Nacionales, S.A. de C.V. Marzo, 2007 • www.who.int/reproductive-health/ • www.ops.org • www.celsam.org/home/manual.asp?cve_manual=7

Inyectables

Se administra a la mujer en forma de inyección intramuscular. La composición puede variar: sólo de progestágeno o combinando estrógeno y progestágeno. Produce el mismo efecto anticonceptivo que la píldora. La OMS ha establecido que los inyectables combinados no deben exceder de 5 mg de estrógeno.

Eficacia: Muy eficaz.

Como se usa: La frecuencia de las inyecciones puede variar. Los combinados se aplican cada mes, y los de progestágeno solo cada ocho o 12 semanas. La mujer puede aplicárselas ella misma, pero antes de elegir las inyecciones como método temporal, debe consultar al personal de salud.

Costo promedio:

Combinados

Cyclofemina con jeringa: $115
Mesigyna: $117
Anafertin con jeringa: $109
Patector NF: $90
Yectames: $103

Progestágeno sólo

Noristerat: $135
Megestron: $163

Foto archivo

Implante subdérmico

Se trata de un tubo de plástico del tamaño de un cerillo que se coloca debajo de la piel del brazo de la mujer y libera progestágeno sólo por un periodo de tres años.

Eficacia: Muy eficaz

Cómo se usa: Únicamente personal de salud calificado puede colocarlo, por lo que no se vende en farmacias. Su inserción se realiza en la parte superior interna del brazo (idealmente durante la menstruación), mediante un aplicador que tiene forma de aguja.

Costo promedio:

Implanón. Se coloca sin costo en las unidades médicas del IMSS, ISSSTE y SSA. A nivel privado cuesta alrededor de $2,800 pesos, más los honorarios del médico.

Foto archivo

Foto archivo

Parche

Es parecido a una bandita adhesiva que suministra una combinación de hormonas sintéticas.

Efectividad: Muy eficaz.

Cómo se usa: El parche se aplica sobre la piel del abdomen, glúteos, espalda o brazo el primer día de la menstruación o el primer domingo después de que ésta inicie. Hay que reemplazar el parche exactamente cada 7 días y evitar el uso de productos para la piel sobre el área elegida para ponerlo. También es necesario consultar al médico sobre su utilización.

Costo promedio:

Evra: $240

Foto archivo

Responsabilidad compartida

El desarrollo de métodos anticonceptivos se ha enfocado preferentemente a la mujer, en quien recae el proceso de gestación y nacimiento de un bebé. Por el momento, los únicos dos métodos no naturales de control natal a los que pueden recurrir los hombre son el preservativo y la vasectomía (que es irreversible). No obstante, a la hora de prevenir embarazos no deseados la responsabilidad recae en ambos miembros de la pareja, no sólo en la mujer, independientemente del tipo de relación que mantengan. Por ello resulta importante el conocimiento de los métodos anticonceptivos y la elección de alguno cuando se ha decidido dejar la maternidad y paternidad para más adelante: "No hay pareja o persona que pueda vivir de aquí al futuro sin que tenga que considerar el uso de algún método en determinado momento de su vida", señala la doctora María del Carmen Cravioto, coordinadora de la Clínica de Salud Reproductiva del Instituto Nacional de la Nutrición Salvador Zubirán.

Dónde solicitar información

Unidades médicas del sector salud, tanto públicas como privadas, obligadas a cumplir con la Norma Oficial Mexicana de los Servicios de Planificación Familiar (NOM-005-SSA2-1993), que en su última actualización (2004) incorporó la anticoncepción de emergencia y el condón femenino.

Planificatel. Es el Servicio de Información y Orientación Telefónica sobre Planificación Familiar puesto en marcha por el Consejo Nacional de Población (CONAPO) y el IMSS.

Tel.: 01-800-010-3500 larga distancia sin costo desde cualquier punto del país.

Horario: Lunes a viernes de 8:00 a 21:00 horas.

Fundación Mexicana para la Planeación Familiar, A.C. (MEXFAM). Es miembro de la Federación Internacional de Planificación de la Familia (IPPF, por sus siglas en inglés). Brinda atención a adolescentes y adultos en materia de salud sexual y reproductiva. Sus actividades y programas se extienden a todo el país.

Servicios: biblioteca con acervo en sexualidad, demografía, planeación familiar y sociología, consejería sobre salud sexual y reproductiva, materiales educativos y venta de métodos anticonceptivos, entre otros.

Dirección: Juárez 208, Col. Tlalpan, México D.F., C.P. 14000.

Tel.: 0152(55)-5487-0030, Fax: 0152(55)-5487-0042

Horario: Lunes a viernes de 9:00 a 17:30 horas

www.mexfam.org.mx

Fuentes www.salud.gob.mx • www.imss.gob.mx • www.mexfam.org.mx • www.conapo.gob.mx • www.gire.org.mx

¡Ejercita tus neuronas!

¡Piensa rápido!

¿Eres bueno para resolver adivinanzas, rompecabezas, acertijos, crucigramas, memoramas, operaciones matemáticas o el sudoku? Hacerlo bien y rápido no es cosa de suerte, sino de destreza mental, habilidad que puedes desarrollar con la práctica y que resulta muy útil no sólo en los juegos de mesa, sino también en donde el esfuerzo físico es más evidente, como en el futbol o el basquetbol.

Por Adriana Hernández Uresti

Ilustración Mónica Miranda

¿Quién vive en casita de alambre colgada, y empieza a cantar en la madrugada?

La mejor manera de desarrollar o incrementar la destreza mental es poner a trabajar la llamada materia gris. Así como ejercitas los músculos en tu clase de educación física para ser más veloz, fuerte y hábil, es necesario entrenar tus neuronas para que trabajen bien y lo más rápido posible. Por fortuna, no es necesario llevarlas a ningún gimnasio a que "suden la gota gorda", basta con ponerlas a pensar. ¡Así de simple!

¡Ejercicio mental!

Pensar requiere de un gran esfuerzo de la mente. Con frecuencia lo olvidamos, pero para resolver un problema utilizamos diferentes capacidades como la memoria, la atención, la comprensión y el aprendizaje, entre otras, todas al mismo tiempo, ¡y en menos de lo que canta un gallo!

Aunque la mayoría de los niños y adultos tenemos las capacidades necesarias para ser hábiles con la mente, no todos nos preocupamos por ejercitarla; al contrario, muchas personas prefieren "no molestar" a sus neuronas y así evitarles la fatiga. Si tú no quieres tener unas neuronas "torpes y con sobrepeso", lo mejor es que sin tardanza las ejercites. ¿Cómo? De la manera más divertida: jugando.

De los juegos de mesa a las competencias en línea

Existen muchas opciones para ejercitar tus neuronas, todas con diferentes grados de dificultad. Papá y mamá pueden aconsejarte y compañarte a elegir los mejores juegos. Algunas actividades las puedes realizar tú solo y otras con tus amigos o en familia. Lo mejor es que en un principio elijas un juego de bajo nivel de dificultad: conforme vayas avanzando sera necesario que cambies a otro más complejo. Ah, es importante que siempre trabajes contra reloj, pues un poco de presión siempre ayuda a pensar más rápido.

Para jugar solo. Las adivinanzas, rompecabezas, el cubo mágico, los memoramas, el sudoku y los crucigramas son algunos juegos que puedes resolver a solas. También hay libros especializados en ejercicios para desarrollar la destreza mental. Pídele a tus papás que te lleven a la librería para que elijas el que más te llame la atención.

Para jugar acompañado. En este caso la lista de opciones también es amplia: dominó, ajedrez, basta, concurso de palabras o de operaciones matemáticas, damas chinas y juegos de construcción, entre otros. Jugar con otros niños no sólo es más divertido, sino que tiene la ventaja de poder organizar competencias.

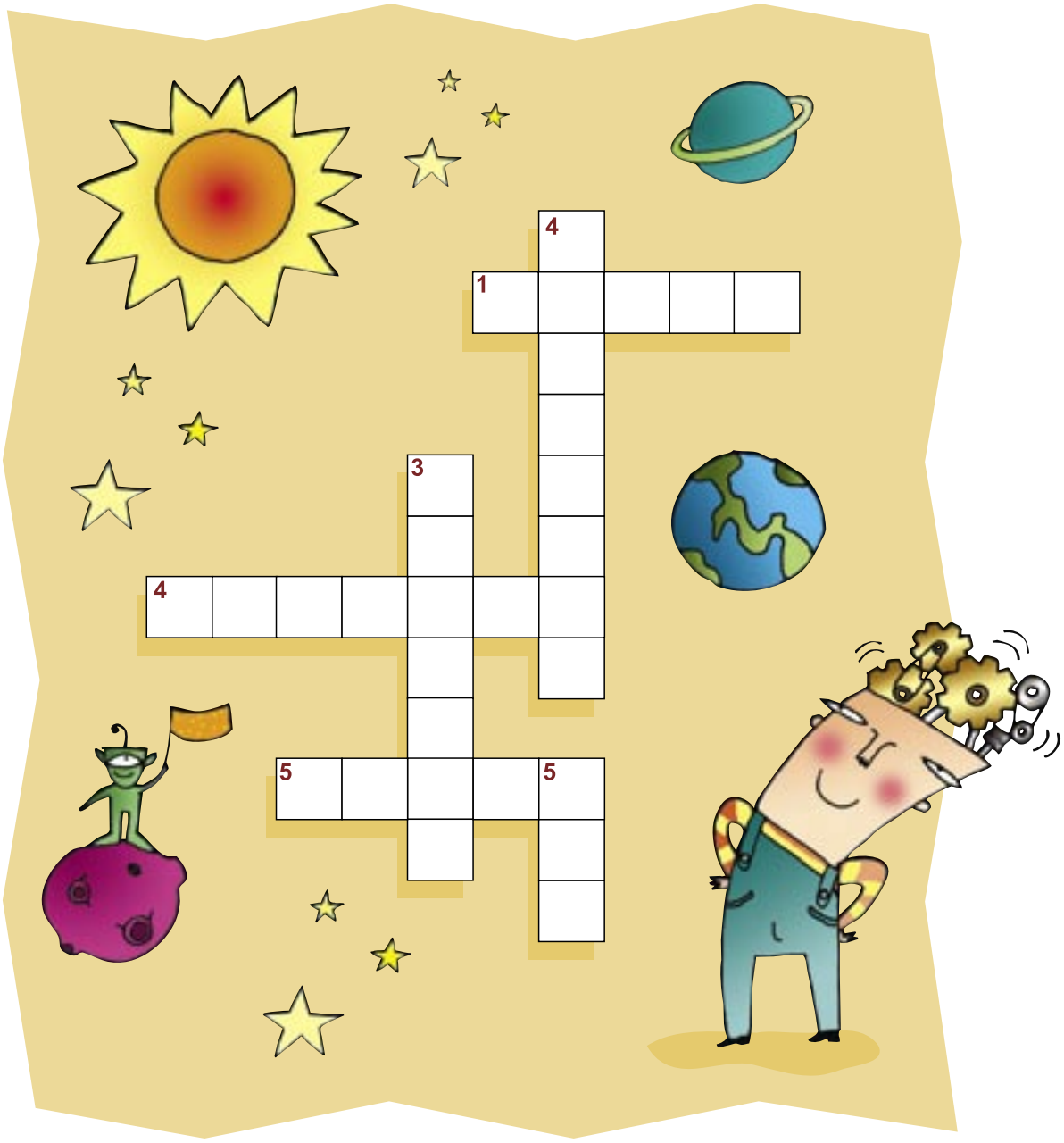
Ahora que si te parecen aburridos los juegos de mesa, no hay problema: ya existen en el mercado versiones digitales de estas actividades y otras más que podrás realizar en una computadora.

Pero ya sea que los juegues en su presentación tradicional de papel o en su versión digital, lo importante es que ejercites tu mente y de paso te diviertas. Organiza concursos con tus amigos o primos, con todo y premio para el ganador, así aumentará el interés y el nivel de la competencia.

Soy un animal pequeño, piensa tú en mi nombre un rato, porque agregando una ene tendrás mi nombre en el acto.

Crucigrama

Éste es un buen ejemplo de pasatiempo que te ayuda a ejercitar tus neuronas. Consiste en escribir en una plantilla una serie de palabras que se cruzan entre sí en sentido vertical y horizontal. A veces son temáticos, en este caso todas las palabras tienen algo en común, por ejemplo, puede existir un crucigrama de animales, frutas, cinematográfico, ¡qué tal uno con nombres de caricaturas! Aquí presentamos uno muy sencillo sobre los planetas. El chiste de los crucigramas es que te ayudan a desarrollar un vocabulario más amplio y los más difíciles exigen que tu cultura general también sea muy amplia. ¡Anímate a resolverlos! Puedes encontrarlos en periódicos y revistas especializadas. Pídele a tus papás que te ayuden a elegir las mejores publicaciones con estos pasatiempos.



Horizontales

1. Planeta de donde vienen los marcianos.
4. El planeta más grande del sistema solar.
5. Diosa romana del amor.

Verticales

3. Planeta famoso por sus anillos.
4. La pisas todos los días. Ponle su artículo.
5. La estrella más cercana a nosotros.

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o a **rconsumidor@profeco.gob.mx**. No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.*

Aseguradora que no repara

Llevé mi camioneta a la agencia Nissan de Oaxaca después de sufrir un siniestro, pero cuando la recogí no servía el claxon y la luz de la bolsa de aire parpadeaba, además de que al frenar sobre piso mojado las llantas delanteras vibraban.

Regresé a la agencia para hacer válida la garantía de la reparación, pero ahí me dijeron que los desperfectos que tenía mi camioneta no entraban en la garantía, pues eran resultado del uso cotidiano del vehículo.

Les expliqué que aunque mi auto no era nuevo, esas fallas no existían antes del siniestro, pero aun así se negaron a repararlas. Entonces me comuniqué con el jefe de ajustadores de la aseguradora GNP en Oaxaca, Fernando Suárez Rugero, quien me dio la misma respuesta que el personal de la agencia.

Acudí a Condusef a presentar mi queja, pues conozco mi camioneta y sé cuál era su estado antes de que entrara a la agencia.

De cualquier forma quisiera pedirles que publiquen mi carta para advertir a los demás consumidores sobre el mal servicio y la falta de responsabilidad de la agencia de servicio Nissan de Oaxaca y de la aseguradora GNP, para que tomen sus precauciones.

Luis Miguel Vázquez B.

La aseguradora GNP y la agencia Nissan están obligadas a entregarle su camioneta reparada, sin ningún desperfecto derivado del siniestro que sufrió o como consecuencia de la reparación realizada por el personal de la agencia.

Nos complace escuchar que usted acudió cuanto antes a Condusef, pues ésta es la instancia encargada de defender los derechos de los usuarios de servicios financieros, como los que prestan las aseguradoras. Esperamos que su queja llegue a buen término y publicamos su carta para advertir a los demás consumidores sobre los proveedores que usted denuncia.

A todos nuestros lectores:
Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La Revista del Consumidor *no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (delegaciones Profeco, Condusef, Conamed, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrentan con proveedores y prestadores de servicios.*

* Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los Lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

Intereses por las nubes

La empresa de autofinanciamiento Tu Casa Express oculta el costo total de sus créditos, ya que no entrega al consumidor una relación de las cuotas que pagará durante la vida del crédito, por lo que al contratar, uno no se da cuenta de que empezará pagando una cantidad y terminará cubriendo otra casi 25 veces más alta.

Sin esta información es imposible medir nuestra capacidad de pago y se pone en riesgo nuestro patrimonio, ya que si no se realiza el pago la empresa puede ejecutar la garantía otorgada (bien inmueble o aval). En mi caso, por ejemplo, firmamos un contrato a 192 meses por un crédito de 870 mil pesos en el que el primer pago era de 4 mil, pero los cinco últimos ¡de más de 97 mil pesos!

He presentado mi queja en Profeco para cancelar la operación, pero les pido publiquen mi carta para que los consumidores revisen los términos y condiciones de sus contratos y exijan una relación de pagos que detalle todas las cuotas a pagar.

Carlos Leyva Saldaña

En operaciones a crédito, antes de la firma del contrato el proveedor está obligado a informarle el tipo de crédito de que se trata, así como una proyección del monto a pagar en moneda nacional que incluya la tasa de interés que se va a utilizar, las comisiones y cargos. En el caso de tasa variable, deberá precisarse la tasa de interés de referencia y la fórmula para el cálculo.

Como usted bien menciona, antes de firmar cualquier contrato de autofinanciamiento es muy importante exigir al proveedor toda la información citada, además de que el contrato de adhesión debe estar registrado ante Profeco y señalar, entre otras cosas, nombre, denominación, razón social y domicilio del proveedor y del consumidor; el número de grupo, el número de consumidores que lo integran y el número correspondiente de integrante, así como el número de cuotas periódicas totales, la especificación del bien de que se trate, su precio y el factor de actualización que se aplicará.

En nuestro próximo número

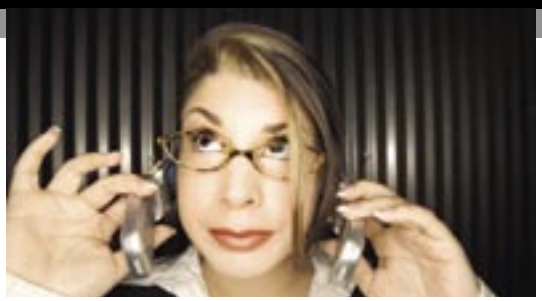
Útiles, bien útiles!

Para que en este regreso a clases sus hijos comiencen el año con los útiles escolares más rendidores, nuestros expertos pusieron a prueba cientos de cuadernos, lápices de colores, bolígrafos, gomas de borrar, sacapuntas, etcétera. Entérese en este estudio de cuáles son los mejores.

¿De verdad eliminan gérmenes?

Las soluciones desinfectantes que se comercializan en el mercado ofrecen eliminar gérmenes patógenos tanto del agua como de frutas y verduras. En este estudio le decimos si estos productos de verdad son tan efectivos y confiables como prometen.

Planes de telefonía celular



Si usted tiene un consumo mensual regular en su teléfono celular, probablemente le convenga más contratar un plan de postpago. Consulte esta radiografía de los servicios para que sepa cuáles son las opciones que existen en el mercado y elija la que más se adecue a sus necesidades.

Universidades privadas

La creciente demanda de educación superior ha favorecido la aparición de universidades privadas. No todas ellas ofrecen la misma calidad educativa, e incluso las hay que ni siquiera cuentan con reconocimiento de validez oficial de estudios (RVOE). Por eso, antes de inscribirse o inscribir a sus hijos en una universidad privada, entérese sobre cómo reconocer una institución seria de la que no lo es.

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (**Profeco**), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en al teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. **No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.**
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981.
Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 60,000 ejemplares.

¿Ha sido usuario de servicios hospitalarios?

Profeco lo invita a compartir con nosotros sus experiencias al contratar servicios hospitalarios, en particular sobre aquellos casos en donde se haya presentado alguna irregularidad o anomalía.
Lo anterior es con la finalidad de que juntos revisemos y mejoremos la normatividad vigente.

Envíenos sus comentarios a:

- Dirección General de Contratos de Adhesión
  Av. José Vasconcelos 208, piso 11, colonia Condesa,
  C. P. 06140, México D.F.
- contratosdeadhesion@profeco.gob.mx
- Teléfono del Consumidor, 01-800-468-8722
  larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República.

¡Contamos con usted!

Profeco

Alerta al consumidor

CUIDADO con los siguientes productos y prácticas comerciales

Bebidas energizantes + alcohol = riesgo
Las personas pierden la sensación de embriaguez tras el consumo de estos cocteles, pero la concentración de alcohol en la sangre no disminuye.

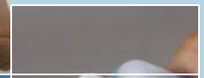
Las telefónicas no pueden cobrar servicios no solicitados
Las empresas de telefonía deben cancelar automáticamente los servicios adicionales ofrecidos cuando lo solicite de manera expresa el consumidor.

Números 01-900, ¡cuidado!
¿Sabía usted que estos números son servicios que tienen un costo por minuto, generalmente muy elevado, y que son utilizados para bajar música, videos, juegos...? ¡Tenga cuidado!

Busque la información completa en la página 10

0 10722 58187 9 00364

Exhibir hasta el 30 de junio de 2007



Loción tónica para el rostro

Foto José Rodríguez

Foto José Rodríguez

Foto Archivo

Ingredientes

Foto José Rodríguez

Utensilios

Foto José Rodríguez

Caducidad:
Seis meses

Ahorro:
50%

Rendimiento:
200 mililitros

Tiempo de preparación:
10 minutos

Foto José Rodríguez

Recomendaciones

- Debido a que los ingredientes tienen un olor penetrante, es indispensable que la loción se prepare en un lugar ventilado.
- Es muy importante que mantenga el envase perfectamente cerrado para evitar que se evaporen los ingredientes volátiles (alcohol, alcanfor y mentol).
- Los materiales sobrantes deben conservarse en frascos bien cerrados con una etiqueta que indique el nombre del producto, y en un lugar seguro fuera del alcance de los niños.

Conservación

Almacene la loción tónica en un lugar fresco y fuera del alcance de los niños.

Datos interesantes

- Por sus propiedades curativas, la flor de hamamelis era conocida por los indios norteamericanos como “escoba de bruja”.
- La planta se utiliza para el tratamiento de várices, moretones, hemorroides, heridas, etc., dadas sus capacidades hemostática, vasoconstrictora, antimicrobiana y astringente.
- La planta contiene taninos, que son compuestos astringentes que contraen los tejidos corporales, secando la piel y apretando los tejidos o bloqueando los fluidos, lo cual es ideal para las pieles grasas.
- El benjuí es un árbol originario de Sumatra, Indonesia, y su resina se utiliza en forma de tintura o pomada. Se usa para aliviar ulceraciones, heridas, acné, etcétera.

Procedimiento

1

En un tazón vierta el alcohol y disuelva en éste el alcanfor y el mentol.

2

Agregue la tintura de benjuí y la esencia de romero. Agite para incorporar.

3

En otro tazón mezcle el agua con el destilado de hamamelis, la glicerina y el colorante.

4

Incorpore la mezcla del segundo tazón en la del primero y agite.

5

Con ayuda de un embudo vierta la loción en el envase.

Fotos José Rodríguez

Validación técnica maestro en ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra

Tacos de nopal con salsa de camarón

Ingredientes (6 raciones)

- 6 nopales grandes
- Queso panela cortado en 12 rebanadas (360 g)
- 24 hojas de pápalo quelite
- 6 tortillas blancas y 6 azules cortadas en tiritas y horneadas

Salsa

- Camarones secos chicos (60 g)
- 4 chiles cascabel sin rabo y sin semillas
- 3 tomates rojos asados
- 2 dientes de ajo chicos
- 2 cucharadas de aceite

Guarnición

- Chicharrón cortado en pedacitos (30 g)
- 2 cucharadas de pápalo quelite picado
- 3 cucharadas de cilantro picado
- 6 rabanitos picados
- 3 tomates rojos sin semillas y picados
- 1 limón (el jugo)
- 1 aguacate picado
- 3 cucharadas de cebolla picada
- 2 cucharadas de aceite de oliva
- Sal y pimienta al gusto

Foto: José Rodríguez

Preparación

1. Lave y limpie los nopales. Rebánelos por la mitad para obtener dos nopales más delgados. Corte un poco los extremos para redondearlos.

2. Espolvoréelos con abundante sal y déjelos reposar 30 minutos para que eliminen la baba.

3. Enjuáguelos y póngalos en agua hirviendo con sal durante dos minutos. De inmediato póngalos en agua helada para detener la cocción. Séquelos con un paño limpio y reserve.

4. Para preparar la salsa, caliente las dos cucharadas de aceite y fría los camarones y los chiles limpios, sin dejar de mover para evitar que se quemen.

5. Licue los camarones y los chiles junto con los tomates rojos asados y sin cáscara, el ajo y un poco de agua.

6. Para preparar la guarnición mezcle todos los ingredientes (con excepción del chicharrón y el aguacate), salpimiente y deje marinar la mezcla 15 minutos. Al momento de servir, incorpore cuidadosamente el chicharrón y el aguacate.

7. Coloque una tira de queso y dos hojas de pápalo sobre cada rebanada de nopal y enróllela en forma de taco. Sirva en un plato, báñelos con la salsa y adorne con las tiras de tortilla. Sirva acompañado con la guarnición.

Aporte nutrimental (por ración)	
Kilocalorías	517
Proteínas	28 g
Grasas	25 g
Colesterol	4 mg
Fibra dietética	9 g

Receta original de la chef Thelma Morgan
Adaptación a Platillo Sabio Profeco, nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco

Hierba de la mariposa

Papaloquelite o pápalo quelite derivan del vocablo náhuatl *papaloquilitl,* que significa "hierba de la mariposa", por la semejanza de sus hojas con las alas de este insecto.

Foto archivo

"No es lo mismo que lo mesmo"

En su estado fresco, **el elote** es considerado una **verdura** cuyo aporte energético es, en promedio, de **115 calorías** por pieza mediana. También **proporciona** una cantidad importante de **fibra** dietética, **vitaminas** del complejo B, como **niacina** y **tiamina**, así como **hierro** y **magnesio**. Cuando el maíz se procesa para elaborar **harina** se considera un **cereal**, y su aporte de **vitaminas** y **minerales** disminuye, por lo que es necesario que éstos le sean **restaurados industrialmente.**

Un asunto espinoso...

Para adquirir los mejores nopales, elija los que **tengan espinas** firmes, pues ello significa que están **frescos**. **No compre** los que tienen manchas cafés porque es señal de **oxidación**.

Cuando los consuma **crudos** es importante **lavarlos** y **desinfectarlos**.

Si los guarda en el **refrigerador**, dentro de **una bolsa** de plástico se conservarán en buen estado hasta **tres días**.

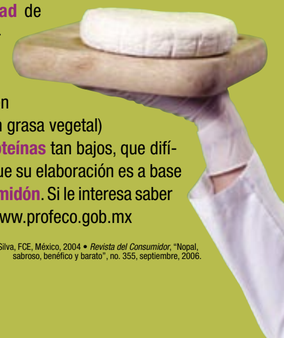
Fuente Instituto Nacional de la Nutrición

Aporte nutrimental

Cada **100 g** de nopal contienen **27** kcal, **1.7 g** de proteínas, **0.3 g** de grasa y **5.6 g** de hidratos de carbono. Además aporta calcio, hierro, vitaminas A, B1, B12, niacina y vitamina C.

A partir el queso

Lea nuestro **estudio de calidad** de queso panela, en el que se analizaron **54 marcas**, de las cuales **21 no cumplieron** (no son queso panela), ya sea porque contienen **grasa** que **no es de leche** (usan grasa vegetal) y/o presentan contenidos de **proteínas** tan bajos, que difícilmente puede **considerarse** que su elaboración es a base de leche, además de contener **almidón**. Si le interesa saber más, consulte este estudio en www.profeco.gob.mx



Fuentes *Diccionario Breve de Mexicanismos,* Guido Gómez de Silva, FCE, México, 2004 • *Revista del Consumidor,* "Nopal, sabroso, benéfico y barato", no. 355, septiembre, 2006.